

## DIFFERENTIAL MARKETING INVENTE L'ASSURANCE CLIMATIQUE POUR EUROMASTER

**DIFFERENTIAL MARKETING, agence de conseil en marketing différentiel, a accompagné le leader européen de la distribution de pneumatiques, EUROMASTER, dans la mise en place d'un dispositif innovant qui permettra de sensibiliser les automobilistes à l'achat de pneus hiver. Alors que les études les plus récentes confirment que c'est à partir du moment où le thermomètre affiche 7° que les pneus hiver deviennent utiles, les automobilistes tardent à s'en équiper, et situent toujours spontanément le « risque glisse » vers les 3°. EUROMASTER joue sur la corde sensible, et assurera ses clients sur ...la température ambiante, avec remboursement à la clé ! Explications sur une opération originale, qui peut donner des idées dans bien d'autres domaines.**

Certains musiciens assurent leurs doigts, les actrices hollywoodiennes leurs jambes ou leurs cheveux. Cet hiver, chez EUROMASTER, on assure les aléas du thermomètre !

L'opération, mise en place à partir du 1<sup>er</sup> Octobre 2010 jusqu'au 30 Novembre 2010 dans les 300 points de vente EUROMASTER concernés a pour objectif bien sûr, de doper les ventes de pneus hiver, mais elle doit également illustrer l'image d'expert que ce spécialiste européen a su se forger. EUROMASTER propose à tout client achetant deux pneus hiver une assurance climatique. Le principe est simple : si la température excède 7° pendant 20 jours sur les 3 mois d'hiver, les clients pourront se faire rembourser leurs pneus sous forme de chèque.



Avec cette opération, DIFFERENTIAL MARKETING réussit le pari de transformer l'achat de pneus hiver, bien souvent considéré comme une contrainte (surtout en région sud), en une expérience client positive et marquante. En complément, cette opération permet à l'enseigne de qualifier les données de ses clients, qui doivent s'inscrire au préalable sur le site internet d'EUROMASTER pour bénéficier de cette offre.

Sur un marché du pneumatique où les promotions se résument souvent à offrir un produit pour un acheté, cette opération sort des sentiers battus. Emmanuel Moussay, Responsable Animations Marché Grand Public d'EUROMASTER : «Enfin une mécanique innovante et impactante qui va dans le sens de notre positionnement! Sans galvauder le produit et en mettant en avant notre expertise, elle répond aux écueils de nos consommateurs ! »

En concevant et en orchestrant ce dispositif pour EUROMASTER, DIFFERENTIAL MARKETING propose de promouvoir un produit par un autre levier que celui du prix, chose assez rare dans le secteur des négociants spécialistes, comme l'explique Romain COL, co-fondateur de l'agence : « Notre rôle est de trouver pour nos clients des moyens différents d'augmenter le CA et le trafic en point de vente sans toucher au prix. Nous sommes fiers de cette campagne, qui véhicule, sous une forme ludique, une notion de sensibilisation à la sécurité routière. Créer du CA par une expérience client différente, c'est le cœur de notre métier. »

**En savoir plus :** DIFFERENTIAL MARKETING a été fondée en 2006 par Romain COL et Gérald CRESCIONE, tous deux experts en marketing et pionniers de cette discipline en France. DIFFERENTIAL MARKETING se définit comme un acteur qui analyse les opportunités commerciales qui se présentent à l'entreprise, détermine les segments de marchés additionnels adressables, identifie de nouvelles offres associées, et accompagne ses clients dans la mise au point d'une offre élargie à destination de ces nouvelles cibles. DIFFERENTIAL MARKETING ouvre à ses clients des terrains commerciaux inexplorés à travers de nouveaux réseaux de distribution, de nouveaux produits ou services et de nouveaux modes de consommation

DIFFERENTIAL MARKETING a déjà travaillé avec des industriels et enseignes de renom tels que : Ryanair, Intersport, Wrigley (Freedent et Airwaves), Philips, Micromania, Moving, Feu Vert, ...

Contact Presse :  
Charlotte PAREJA  
Valeur D'image

Tél. : 04.76.70.93.54

Email : [c.pareja@valeurimage.com](mailto:c.pareja@valeurimage.com)