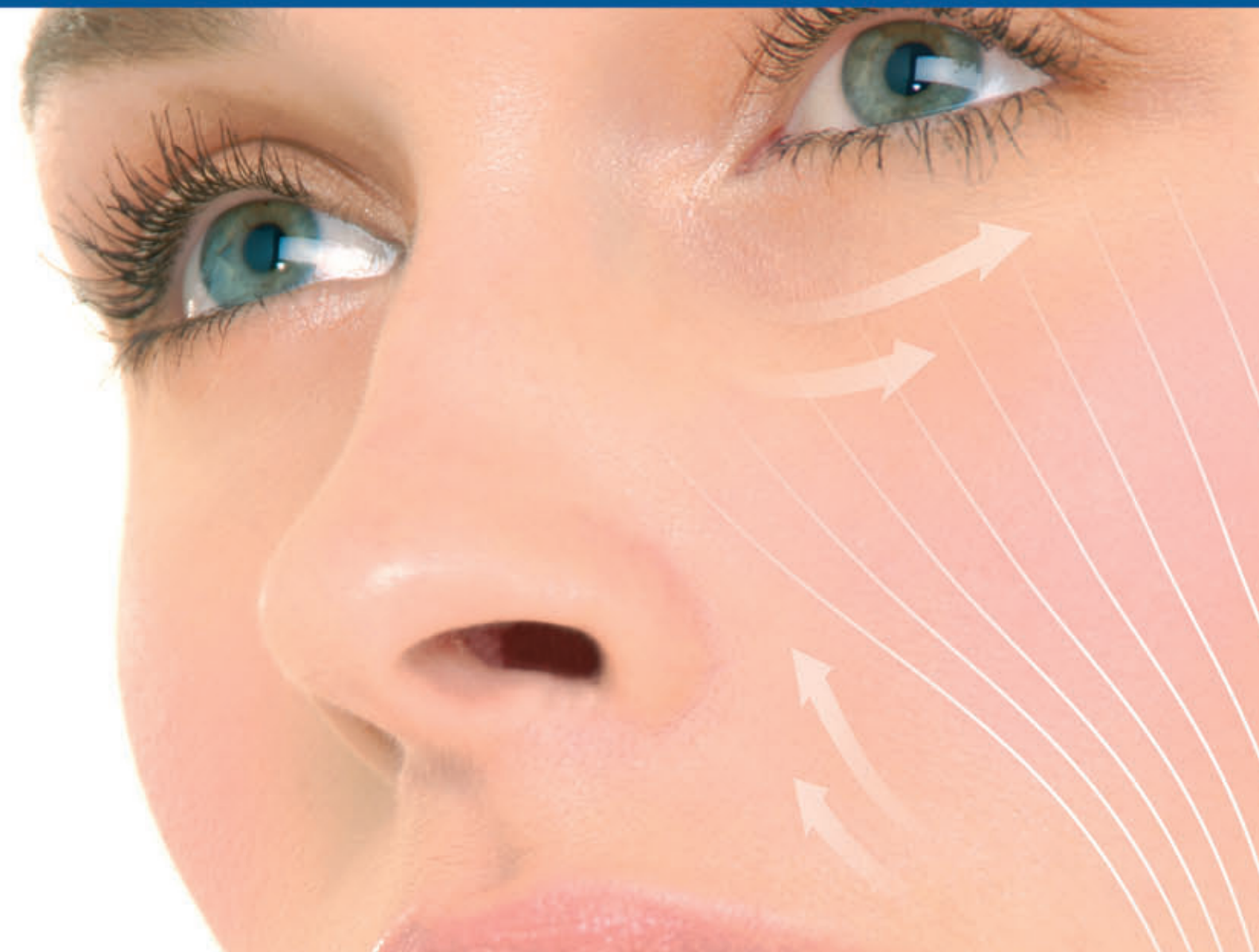


Santé, beauté
Du packaging à la communication



Du design packaging à la communication spécialisée, les domaines du médical ou de la cosmétique imposent leurs lots de codes et de contraintes.

Visiteurs médicaux, commerciaux VRP, circuits de distribution spécialisés (officines, parapharmacies,...) : animer les réseaux commerciaux et les rayons de ces points de vente si particuliers ne s'improvise pas.

Laboratoires Pierre Fabre Dentifrices et brosses à dents ELGYDIUM

Packagings :

Objectifs : Redonner de l'alerte à l'offre. Redynamiser la marque face à la concurrence montante. Insuffler une nouvelle dimension à cette marque historiquement ancrée dans l'officine sans perturber les clients captifs.

Outils réseaux : Développement de l'ensemble des argumentaires de vente pour les visiteurs médicaux et VRP.

Officines : Mise en forme de divers supports d'animation vitrine et rayons : stop-rayons, kakémonos, vitrines prestiges, cadeaux corporate,...



POUT (Londres) Cosmétiques

Packagings : Attribuer à l'ensemble de la gamme de + de 120 références un positionnement en totale "disruption" avec le marché anglais existant. Distribution GB, USA, Asie.

Retail design : Donner au concept-store de Londres une image intérieure en phase avec le décalage souhaité par le branding général.



STARVAC Beauty and medical innovations

Packagings : Création packaging de la gamme de soins BtoB. Design graphique des faces avant machines.

Outils commerciaux : Design des plaquettes de présentation des nouveaux appareils. Supports Relations Presse.

Instituts : Présence de la marque dans l'institut au travers de leaflets, PLV, présentoir produits...



Les "séries collector" en renfort de l'animation commerciale de gamme

Les secteurs dans lesquels l'innovation produit est limitée font souvent appel aux "séries collector".

Toujours influencées par une tendance stylistique actuelle, ces séries permettent de créer la rupture au sein du rayon et de raviver l'intérêt du distributeur mais également celui du consommateur.

Le côté éphémère de l'offre agit en déclencheur d'achat spontané.



dpared
Conseil en
Communication

230, avenue de l'Europe

82000 Montauban

Tel. 05 63 66 92 29

contact@dpassociés.com

www.dpassociés.com

