

Thibault Lanxade

avec la collaboration de Sophie Girardeau

# Génération 35 heures



## 20<sup>ème</sup> heure : Comment les plombiers polonais ont révélé le talent d'Arthur

En l'espace de quatre clics sur Google, Arthur, 24 ans, membre de l'équipe marketing, vient de concevoir notre future campagne de publicité !

Je réfléchissais tout haut à la meilleure façon de promouvoir les tuyaux que nous fabriquons, lorsqu'Arthur a pris cette heureuse initiative. Surfeur<sup>28</sup> efficace, il tombe en arrêt sur une page Web. Inspiré par la fameuse publicité arborant de blonds athlètes qui vantent la qualité polonaise : “Venez en Pologne admirer nos plombiers”, une riche idée vient de germer dans son esprit. Quelques diapositives PowerPoint plus tard, voilà qu'il exhibe fièrement sa trouvaille : sur fond de ciel bleu intense et de prairie plus verte que nature, deux hommes courent – assez dénudés ma foi – en exhibant... de magnifiques tuyaux à bout de bras. “Venez voir nos plombiers pour admirer nos tuyaux. Toutes les tailles... toutes les longueurs”. Oui, c'est un peu osé, mais pourquoi ne pas rendre nos produits plus *sexys* ?

— Ok Arthur, bravo ! Maintenant, vous mettez ça dans une pochette et en route, direction le Salon Interclimat. Allez voir nos plombiers !

Je viens de lui donner mon feu vert, Arthur n'est pas peu fier, il a raison !

<sup>28</sup> Rien à voir avec la hauteur des vagues, le surfeur Internet navigue avec brio sur le Web et trouve l'information en quelques clics.

Une nouvelle business attitude : attention surprise !

Sur le Salon, les réactions ont été variées et le débriefing d'Arthur a été haut en couleurs : “on les trouve où ?” (les hommes, pas les tuyaux), “c’est une honte !”, “du sexe, toujours du sexe, vous en avez pas marre ?”. Finalement, nous avons gardé l’idée mais l’avons légèrement adaptée, pour ne pas trop effaroucher nos prospects !

Cet exemple montre ce que les évolutions technologiques et comportementales ont de constructif lorsqu’elles sont intégrées de façon positive. De plus, pendant une ou deux heures, une ambiance digne des plus grandes agences de pub a bourdonné joyeusement dans l’entreprise. J’ai apprécié la vélocité de mon jeune *marketeur*, l’état d’esprit positif qui a régné à ce moment là !

C’est payant, non seulement pour l’entreprise mais aussi pour l’individu. Aujourd’hui, Arthur est l’interlocuteur privilégié de notre agence de communication.