

# ACTIVER VOS CŒURS DE CIBLE



## OBJECTIF :

Inciter à l'achat d'un soin de la gamme REVITALIFT  
Anti-Rides + Fermeté  
Action défensive face au lancement d'un produit concurrent

## CIBLAGE :

**Cible 1 :** « A convertir » : Femmes 50 +  
consommatrices de produits de soin anti-âge mais pas  
Revitalift

**Cible 2 :** « Abandonnistes » : Femmes consommatrices  
de produits de soin anti-âge Revitalift mais qui ne la  
consomment plus sur les derniers mois

## DISPOSITIF :

Courrier adressé avec bon de réduction