

Une nouvelle Renault est née. L'évènement fait du bruit et ce bruit, nous devons l'utiliser au maximum, nous devons l'amplifier, pour donner, dès son entrée dans le monde, une renommée à CETTE NOUVELLE RENAULT. Elle prend en effet le relais d'une des plus célèbres voitures de l'après-guerre, la 4 CV, et elle doit, noblesse oblige, prendre à son tour un départ "sur les chapeaux de roues". Elle a tous les atouts pour cela, car elle répond à un besoin indéniable. Vous savez mieux que quiconque, vous qui êtes en contacts directs avec la clientèle, à quel point le public l'attend... Il l'attend, la voilà, à nous de la lui faire connaître, apprécier, essayer, acheter. Pour cela, nous avons forgé des armes ; nous les mettons à votre disposition pour soutenir, sur le plan local, dans le "corps à corps quotidien" avec la clientèle, l'offensive stratégique qui sera entreprise à l'échelle nationale, et dont vous serez informés en temps utile. Voici donc votre arsenal, et, tout d'abord, en avant garde une partie des imprimés, cette "infanterie de la publicité": Un **PROSPECTUS** de grande diffusion que vous donnerez partout, à tout le monde, en toute occasion... Un PETIT DÉPLIANT, dont le format plié est prévu pour tenir facilement dans une enveloppe normalisée "à l'italienne", que vous utiliserez (par exemple) en mail-service auprès d'une clientèle sélectionnée. Un GRAND DÉPLIANT que vous remettrez à tous les prospects "accrochés" pour enlever définitivement leur décision. Déplié il fournit aussi plusieurs possibilités d'affiches. Un "CAHIER REPORTAGE" sur les premiers essais de la voiture, en privé et en clientèle, qui donne déjà la caution de l'expérience aux arguments de la publicité.

Un DOSSIER DE LA "DIAC" exposant une formule nouvelle de crédit appliquée à la nouvelle Renault. La Diac vous fournira à la demande, le nombre d'exemplaires dont vous aurez besoin pour vos opérations. Une LISTE DES PRINCIPALES OPÉRATIONS tarifiées spéciales concernant la nouvelle Renault. Et encore : Des CLICHÉS-PRESSE que vous remettrez aux journaux pour vos insertions publicitaires locales, mais que vous ne pouvez utiliser avant la fin Août. Des PHOTOS-PRESSE, pour répondre aux demandes des journalistes désireux de "faire un papier" sur la nouvelle Renault. Des exemples de "LETTRE DE RELANCE", à deux clientèles-types (ruraux et citadins) que vous adapterez en fonction des définitions plus précises des prospects que vous voudrez attaquer. Des monogrammes décoratifs, emblèmes des 3 versions de la nouvelle Renault, que vous ferez coller sur les glaces, les vitrines, partout où vous découvrirez une occasion de faire connaître ces emblèmes. Telles sont les armes que nous vous proposons ; vous en recevrez d'importantes quantités... et à vous de les utiliser, avec votre sens tactique, pour tirer le meilleur parti possible de la grande offensive de lancement de la nouvelle Renault, votre nouveau cheval de bataille...



## VUSIETTRES DE RELANG

LETTRE TYPE POUR CLIENTELE RU 'I.E.

Monsieur,

Les journaux vous en ont parlé, vous dans la rue, mais connaissez-vous Renault ? Autrement dit, l'avez-v Alors vous devez le faire, et voi pond à tout ce que vous exigez

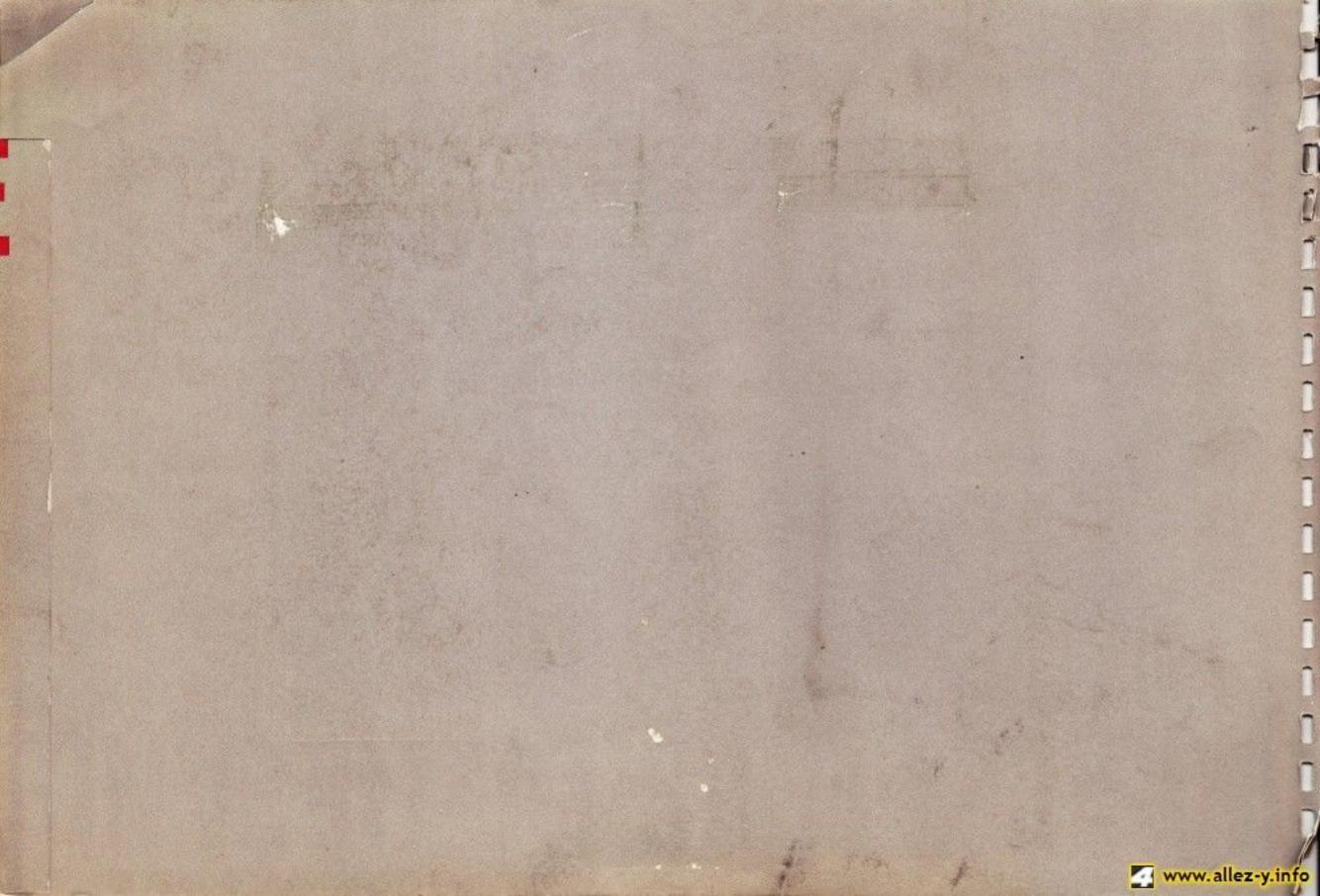
Si beaucoup de nos routes so que personne que les petits ment en bourbiers à chaq -Agion. La n

#### LETTRE TYPE POUR CLIENTELE URBAINE

Monsieur,

Les journaux vous en ont parlé, vous commencez à la voir dans la rue, mais connaissez-vous réellement la nouvelle Renault ? Autrement dit, l'avez-vous déjà conduite ? Non ? Alors vous devez le faire, et vous constaterez qu'elle répond à tout ce que vous exigez d'une voiture !

Vous exigez qu'elle vous emmène, vous et votre famille, confortablement et en toute sécurité, sur les rous www.allez-y.info



### LE CREDIT

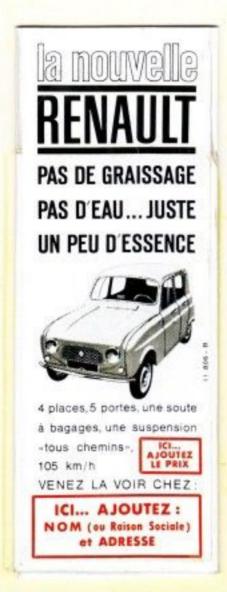
# LES OPERATIONS TARIFEES

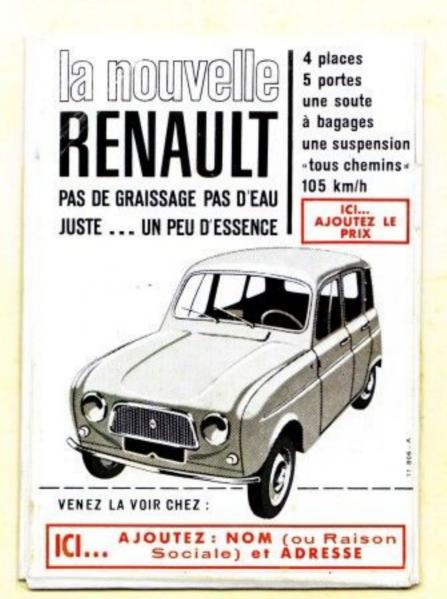


www.allez-y.info









## VOS GLIGHES PRESSING

## VOS VON GRAVIES



