

Des patients en vedette : une stratégie marketing de LASIK MD qui appelle la génération Y

Montréal (Québec), le 1^{er} février 2016 – LASIK MD, le seul groupe national de correction de la vue au laser au Canada, annonce le lancement de deux vidéos dans le cadre de sa stratégie marketing axée sur la génération Y.

En plus de miser sur des campagnes qui s'adressent à la génération Y, LASIK MD vise à étendre sa portée au moyen d'expériences racontées et de contenus créés par ses patients.

« La génération Y est attirée par les marques qui transmettent un message inspirant, analyse Darren Yaphe, vice-président principal du marketing pour LASIK MD. Nous avons donc concentré notre attention sur la création d'un contenu qui souligne tant l'aspect abordable du LASIK que le fait qu'il change une vie. Ces qualités nous ont permis d'interpeller nos patients de la génération Y, car ils s'identifient à celles-ci. »

Pourquoi la génération Y convoite le LASIK

Pour répondre à la clientèle de plus en plus jeune de LASIK MD, l'équipe marketing a créé la campagne et le mot-clic « #lasiklife » pour susciter la participation de ses patients et inviter ceux-ci à partager leurs expériences et à raconter leur vie après le LASIK au moyen de différents médias sociaux.

Selon Yaphe, la génération Y s'intéresse principalement à la correction de la vue au laser en raison des économies qu'elle leur permet de réaliser. Plutôt que d'acheter des lunettes et des verres de contact année après année, les jeunes patients semblent comprendre l'importance d'effectuer cette dépense unique au cours de la vingtaine. Ils sont à même de constater la commodité du LASIK et l'argent que l'intervention leur permettra d'économiser durant de nombreuses années. « Habituellement, nos campagnes marketing mettent l'accent sur l'aspect sécurité et le rapport coût-efficacité de l'intervention. Notre campagne actuelle attire plutôt l'attention sur les répercussions avantageuses qu'a le LASIK sur la vie de tous les jours, révèle Yaphe. La vie est beaucoup plus simple après la correction de la vue au laser, car en plus d'être enfin libéré des lunettes et des verres de contact encombrants, on peut garder notre revenu disponible pour ce qu'on a envie d'accomplir. »

Des vidéos et des expériences

En collaboration avec l'entreprise torontoise The Mark Studios, le service du marketing de LASIK MD a créé des vidéos qui relatent des expériences invitantes et émouvantes. La liste des anciens patients de LASIK MD qui mènent une vie trépidante et inspirante est longue. La première série de vidéos met en vedette Jean-François Carrey, qui a été, en 2006, le plus jeune

Canadien de l'histoire à gravir le mont Everest, et Maxence Parrot, un planchiste qui a participé aux Jeux olympiques et aux X Games et qui a tout récemment remporté l'or au grand saut (big air) dans le cadre des Winter X Games de 2016 . Tournées sans scénario, ces vidéos authentiques capturent la façon dont le LASIK a changé la vie de ces personnes et montrent à quel point le fait de se libérer des lunettes et des verres de contact leur a permis de vivre leur vie à fond.

Les vidéos de Parrot et de Carrey sont les premières d'une série de courtes vidéos de style documentaire qui présenteront la vie d'anciens patients de LASIK MD. L'achat de médias numériques comprend des bandeaux publicitaires et des publicités natives, des publicités vidéo sur Facebook, Twitter et Instagram ainsi que des publicités prévidéo sur YouTube. Au courant des prochains mois, LASIK MD dévoilera des vidéos similaires qui mettent en valeur les aventures que la correction de la vue au laser permet de vivre.

À propos de LASIK MD

Seul groupe national de correction de la vue au laser au Canada, LASIK MD possède 30 cliniques dans neuf provinces canadiennes et un centre aux États-Unis. LASIK MD offre des soins médicaux de grande qualité grâce à des technologies de pointe, le tout à un prix abordable. Les cliniques LASIK MD offrent de nombreuses interventions, dont le LASIK, la PresbyVision^{MC} au laser et l'échange de lentille réfractive (ÉLR), ainsi que des chirurgies de la cataracte par l'entremise de sa société affiliée, Cataract MD. Nos chirurgiens possèdent une vaste expérience dans le domaine; ensemble, ils ont pratiqué plus de 750 000 interventions. LASIK MD fait partie des sociétés les mieux gérées au Canada depuis huit ans, et elle a récemment été admise dans le Club Platine de ce prix. LASIK MD joue un rôle communautaire actif en appuyant de nombreuses initiatives de responsabilité sociale d'entreprise. Les activités philanthropiques de l'entreprise ont également une portée internationale par l'entremise d'Operation Eyesight.

Pour visionner les vidéos :

<https://youtu.be/wwDjuWJnSNc>

<https://youtu.be/1TkmFvjKv0M>

Pour information :

Jessica Lukian Papineau

Directrice de marque et des communications de LASIK MD

514-908-9888, poste 2230

jlukianpapineau@lasikmd.com