

Stratégies publicitaires

Description des stratégies publicitaires

- **L'utilisation d'un porte-parole** : Que ce soit par sa popularité ou sa crédibilité, le porte-parole encourage les consommateurs à faire comme lui et acheter le produit.
- **L'appel des émotions** : Pas toujours en lien avec le produit annoncé, les publicités présentent des mises en scène qui déçoûtent, qui font rire ou qui font pleurer. Faire réagir le consommateur en touchant ses émotions permet d'augmenter son intérêt pour l'annonce et de s'assurer qu'il se souviendra du produit.
- **Le culte de l'idéal** : Les publicités présentent souvent un « monde idéal » où les personnes présentées ont des corps parfaits, une vie équilibrée, une famille unie, etc. Le consommateur peut ainsi croire que ce qui lui est présenté représente la réalité. Cette stratégie publicitaire peut donner l'impression au consommateur que le produit aura un effet direct sur sa vie. En se le procurant, il pourra être comme les personnes présentées dans la publicité puisque le produit améliore la santé, amène le bonheur, permet d'économiser du temps pour en allouer davantage à la vie familiale, etc.
- **L'attrait de la popularité** : Les publicités peuvent convaincre les consommateurs que le produit est synonyme de popularité. En achetant le produit annoncé, le consommateur fera ainsi l'envie de son entourage, il aura plus d'amis et sera accepté dans les groupes les plus distingués.
- **La comparaison avec la concurrence** : En le comparant avec la marque concurrente la plus populaire, le publicitaire présente les avantages de son produit. Attention toutefois à éviter la fausse représentation! Toute affirmation dans une publicité doit être véridique et vérifiable.
- **Les témoignages** : Qu'ils soient comédiens ou non, les gens dans les publicités sont toujours heureux de partager à quel point ils sont satisfaits du produit acheté. Le consommateur croira ainsi qu'il a toutes les chances d'être satisfait lui aussi.
- **Les faits et statistiques** : En présentant les caractéristiques du produit, la façon dont il est conçu, l'endroit de sa fabrication et des statistiques intéressantes, le publicitaire peut convaincre le consommateur que son produit a tout ce qu'il faut pour lui plaire. D'autant plus si ces informations sont fournies par un expert.
- **La mémorisation** : L'utilisation de jeux de mots, d'un slogan, de la répétition et d'éléments visuels ou sonores spécifiques est un bon moyen de s'assurer que le consommateur se rappellera du produit et de la marque.