



rolladmedia

La façon de se faire voir par les consommateurs

En 1885, Thomas Smith écrivait :



- . « « La première fois qu'un homme regarde une annonce publicitaire, il ne la voit pas;
- la seconde fois, il ne la remarque pas;
- la troisième, il est conscient de son existence;
- la quatrième, il se rappelle vaguement l'avoir vue;
- la cinquième, il la lit;
- la sixième, il fait le dégoûté;
- la septième, il la lit et s'écrit : " Oh là";
- la huitième, il dit : "Voici encore cette maudite chose";
- la neuvième, il se demande si cela vaut quelque chose;
- la dixième, il pense qu'il demandera à son voisin s'il l'a essayée;
- la onzième, il se demande comment l'annonceur fait pour la payer;
- la douzième, il pense qu'elle peut valoir quelque chose;
- la treizième, il pense que ce doit être une bonne chose;
- la quatorzième, il se souvient qu'il désirait une telle chose depuis longtemps;
- la quinzième, il est au supplice parce qu'il ne peut se permettre de l'acheter;
- la seizième, il pense qu'il achètera un jour;
- la dix-septième, il rédige un mémo à ce sujet;
- la dix-huitième, il maudit sa pauvreté;
- la dix-neuvième, il compte son argent avec soin;
- la vingtième fois qu'il l voit, il achète l'article ou demande à sa femme de le faire. » »

C'est toujours vrai aujourd'hui.

Source : Dupont, Luc « « 1001 trucs publicitaires » » Montréal, 3 ième édition revue + enrichie, Les éditions Transcontinental, 2005, pages 320.