

Objet publicitaire : la carte de visite efficace

Par Céline Collot sur une idée d'Yves Lucky (Marque d'instruments d'écriture Everflow)

L'objet publicitaire est en soi une excellente carte de visite. À peine plus coûteux que cette dernière, un stylo, un porte-clé ou encore un magnet possèdent en effet un atout supplémentaire : ce sont des cadeaux utiles. Un gage d'efficacité pour l'annonceur...

Chaque année, des millions d'objets publicitaires sont distribués. Ils agissent à double titre : non seulement ils sont perçus comme un cadeau, mais ils font aussi office de carte de visite auprès des clients et prospects, puisqu'ils portent souvent les coordonnées de l'annonceur en plus de son nom. « L'objet-carte de visite » est généralement un accessoire utile et universel, qui peut vite devenir indispensable au quotidien. Le stylo en est un parfait exemple. Même s'il est peu coûteux, il a moins de risques d'être oublié au fond d'un tiroir qu'une carte de visite traditionnelle. De même, un magnet porte-message atterrit la plupart du temps sur un frigo, où il bénéficie d'une exposition maximale. À force de le voir et de l'utiliser sans cesse, la cible en arrive même à mémoriser les coordonnées qui figurent dessus. L'impact publicitaire a ainsi toutes les chances de s'inscrire dans la durée.

chose après lui avoir donné un stylo. Vous provoquerez sans doute son hilarité et il y a peu de chance qu'elle le casse devant vous ! En effet, on ne détruit pas un stylo (de toute façon, ce n'est pas facile...) et il est rare qu'on le jette car il peut toujours servir.

Autre avantage de l'objet-carte de visite, le fait que le stylo ou porte-clé promotionnel soit offert en mains propres permet à l'annonceur de développer un contact positif avec sa cible. « L'objet pub, parce qu'il est reçu comme un cadeau, est une carte de visite qui facilite le dialogue » résume Yves Lucky. Et c'est sans compter les nombreux slogans qui peuvent renforcer encore cet aspect « cadeau » : « Offert avec les compliments de... » ou « Ce stylo appartenait à (nom de l'annonceur), maintenant il est à (nom du client) ». Ajoutés à la longévité de l'article promotionnel, ces messages garantissent à l'objet-carte de visite une efficacité optimale. ☺

Un objet a moins de risques d'être oublié au fond d'un tiroir qu'une carte de visite traditionnelle

Pour s'en convaincre, il suffit de faire une expérience toute simple : tendez votre carte de visite à une personne en lui demandant de la déchirer, elle sera peut-être intriguée, mais pourra s'exécuter sans trop de difficultés... Dites-lui la même



Info ☺
08113



Info ☺
08114



Info ☺
08115