

L'humour la plus puissante des émotions

(pour faire passer un message)

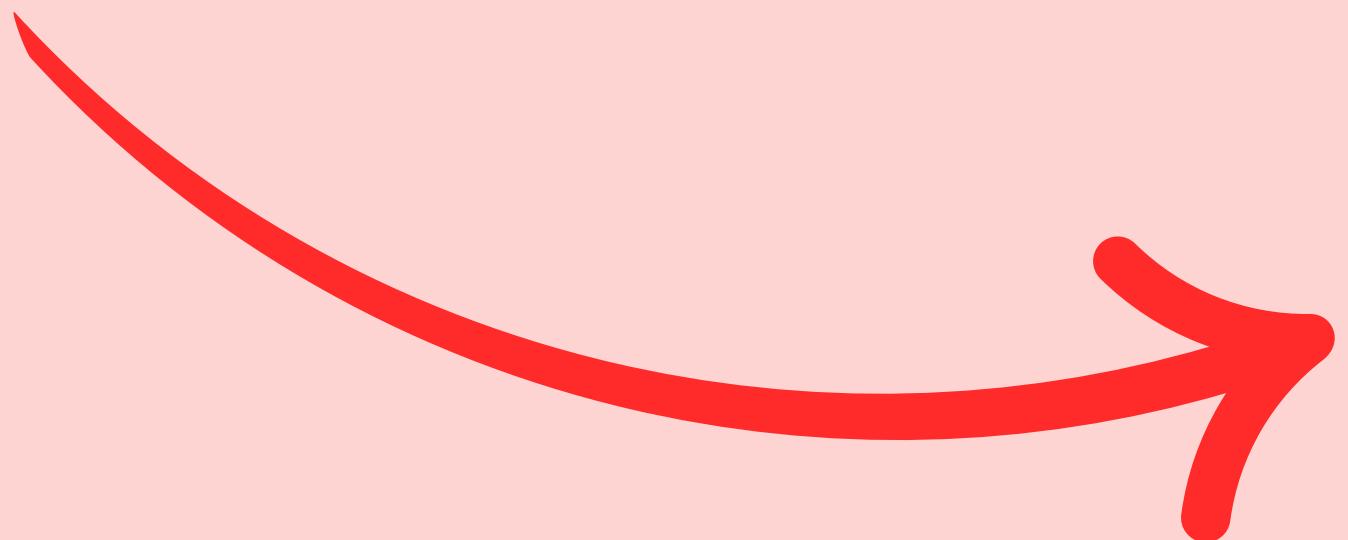


La suite par ici



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing



Columbus affichait cette bâche teasing à l'occasion de l'ouverture de son nouveau shop à Paris.

Une communication ciblée et malicieuse, juste à côté de son voisin direct (et concurrent).

(J'adore !)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing



columbus

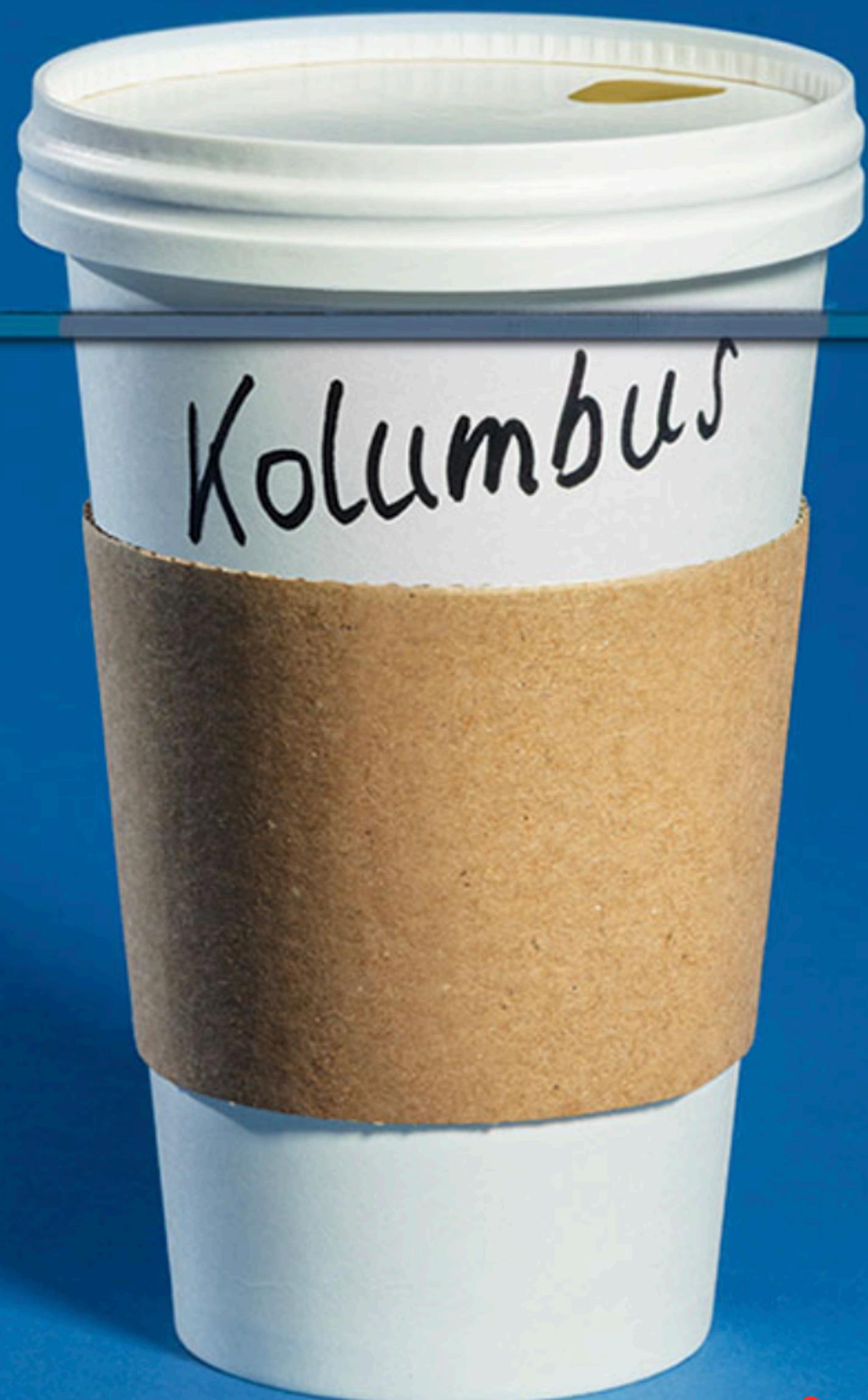
**Bientôt,
notre voisin**

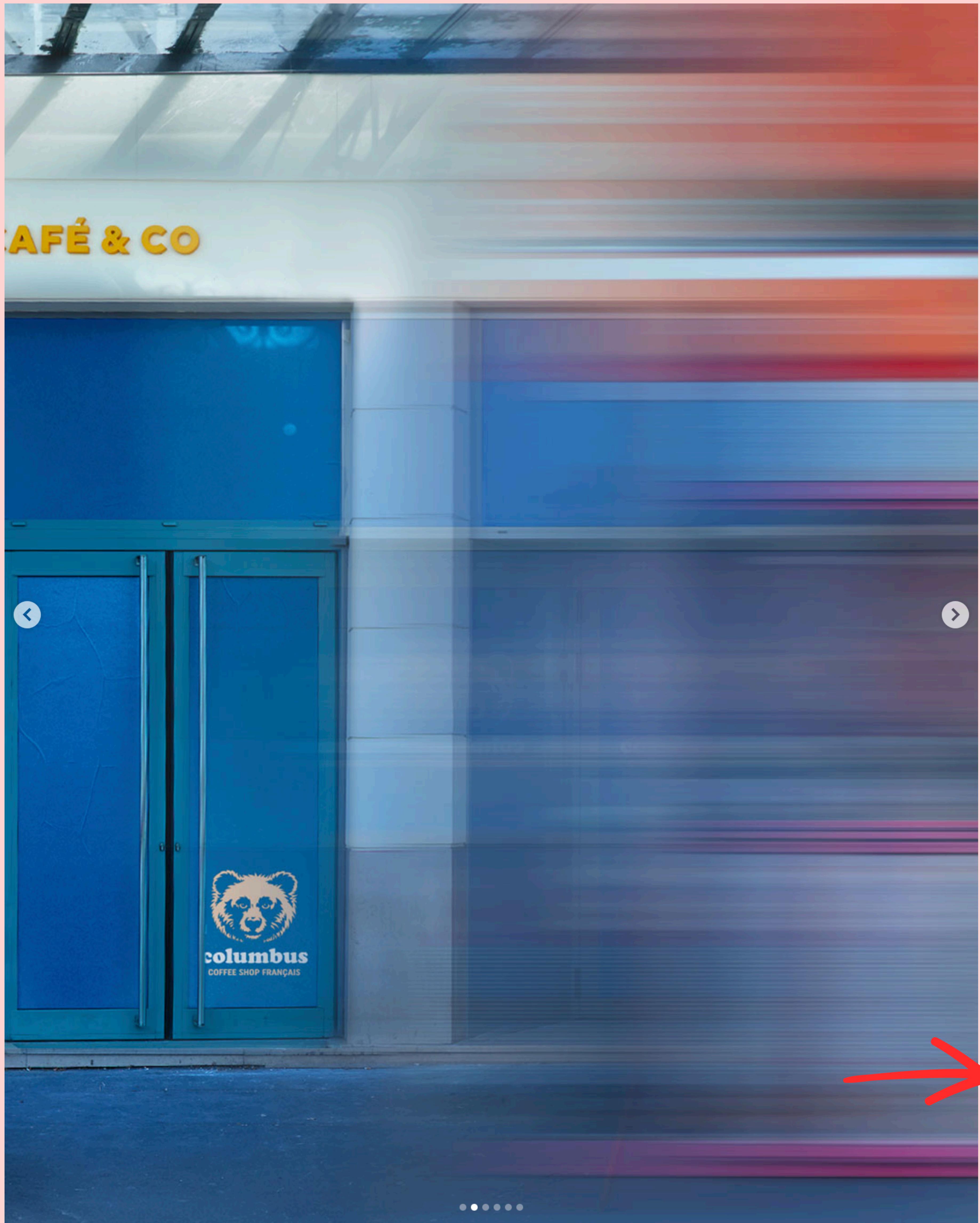
**saura bien
écrire notre
nom.**

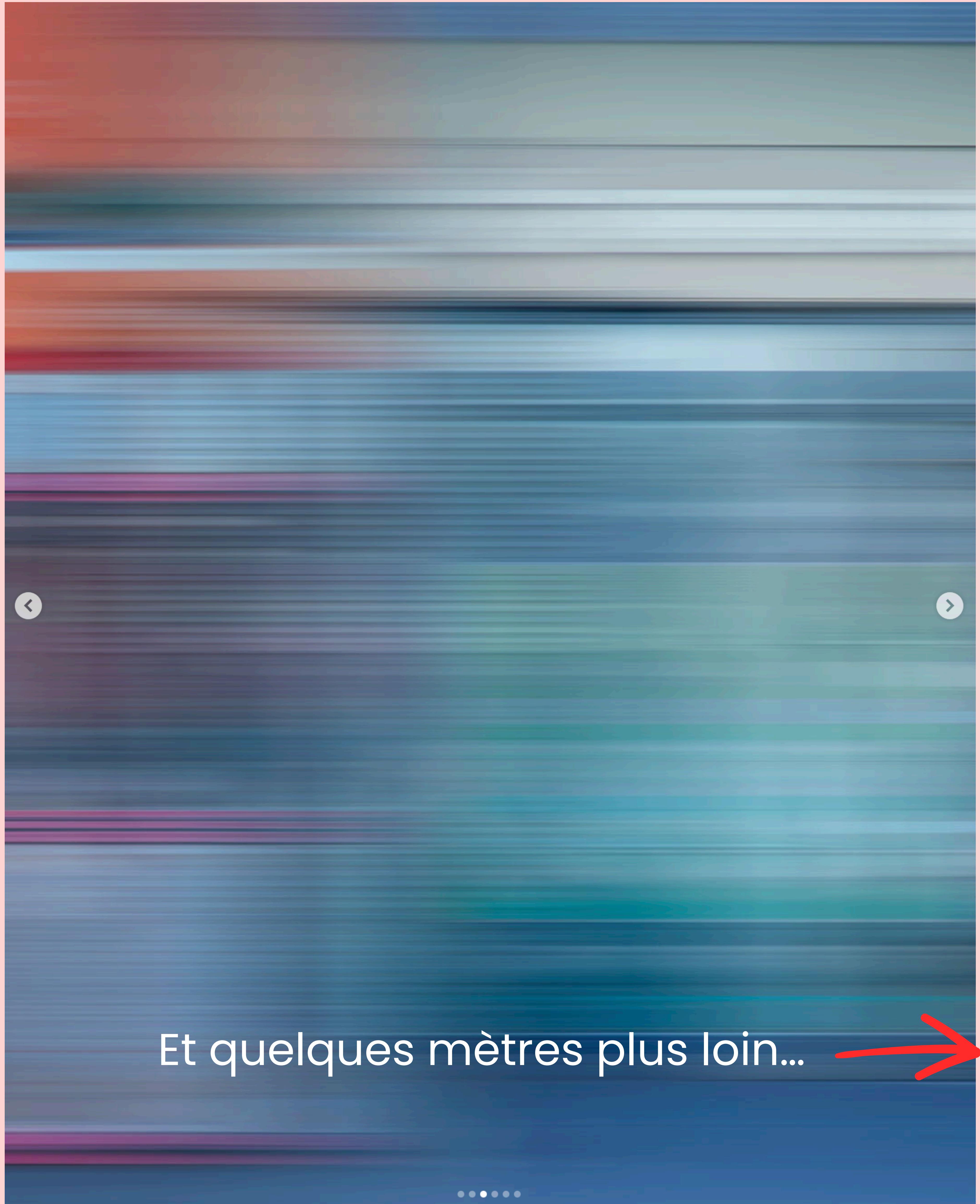


columbus
COFFEE SHOP FRANÇAIS

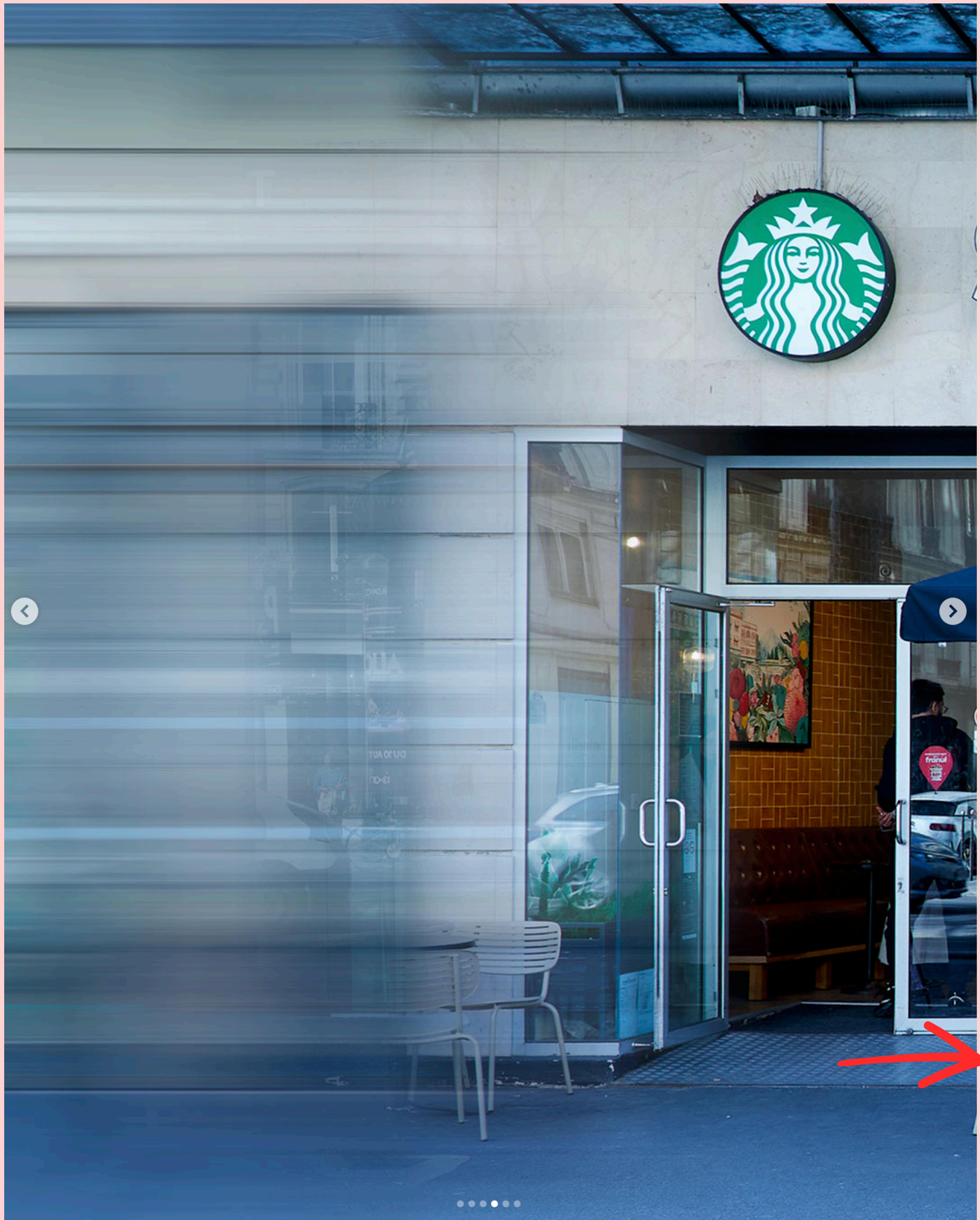
NE GARDEZ
QUE LE
MEILLEUR
DES U.S.







Et quelques mètres plus loin... 







PASSEZ CHEZ
LA CONCURRENCE,
**restez chez
Columbus.**



NE GARDEZ QUE LE
MEILLEUR DES U.S.

Ce qu'on en retient ?

- ✓ L'humour bien dosé crée de l'attachement émotionnel (et du bouche-à-oreille).
- ✓ La proximité d'un concurrent = une opportunité, pas une menace.
- ✓ L'identité de marque ne se joue pas que dans le produit, mais aussi dans la posture (=communication)

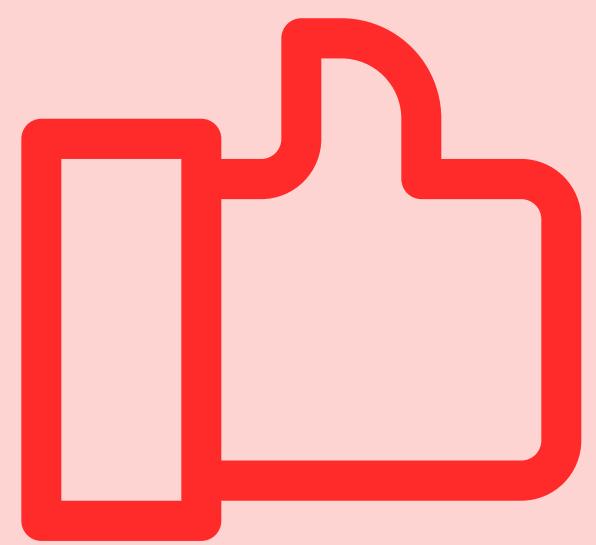
(Suite)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing

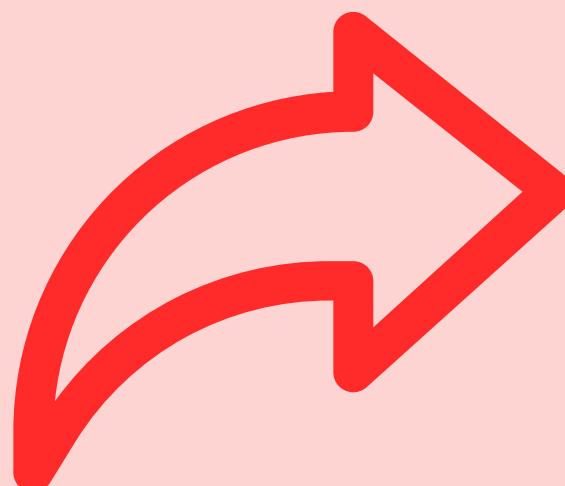
Vous avez aimé ce carrousel ?



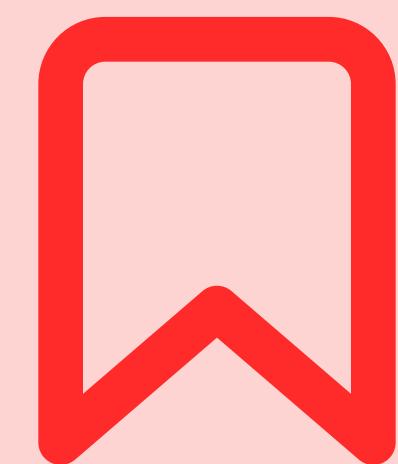
Likez



Commentez



Partagez



Enregistrez

Ça me fait toujours plaisir :)



Aurélie Jouanigot

Consultante neuromarketing