

Publicité segmentée : la méthode Cacarico

Aujourd'hui, c'est une interview de Franck Riester sur France Inter (et particulièrement ce passage sur la publicité segmentée) qui a fait réagir notre grisebouilleur Gee...

Publicité segmentée : la méthode Cacario

1) La méthode Cacario est un processus basé sur l'analyse de l'impact émotionnel des images et du langage.



La méthode Cacario est un processus basé sur l'analyse de l'impact émotionnel des images et du langage. Elle est utilisée pour créer des publicités personnalisées et efficaces.



Qu'est-ce que le Cacario ?
 = C'est moi ?
 = C'est qui ?
 Comment ça marche ?



De rien, vous de parler les idées, Francis, non ?



2) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



3) L'objectif est de créer une connexion émotionnelle avec le consommateur.



4) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



5) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



6) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



7) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



8) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



9) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



10) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.



11) C'est ce qui est le plus important pour les consommateurs, pour créer une connexion, une émotion, un lien.

Sources :

- Les Français et la publicité sur Internet (IFOP)
- Télévision : les Français « zappent » la publicité (Le Parisien)

Crédit : Gee (Creative Commons By-Sa)