

## Les superlatifs de DAXON

Toute offre découverte insérée dans un magazine vise à provoquer un afflux de commandes. **DAXON**, enseigne commerciale de la société **MOVITEX**, ne déroge pas à la règle.

A cet effet, différentes techniques de marketing sont utilisées :

- La technique de la pénurie (stock limité)
- La technique de la gratuité (frais de port offerts)
- La technique du cadeau (une montre Clio blue avec une valeur annoncée de 49,99 €)
- La technique de la remise exceptionnelle (dans le cas présent un prix de 24,99 € au lieu de 95,97 €)

Ainsi, pour un paiement de 24,99 €, le consommateur pense réaliser une économie de 70,98 € sur l'article commandé et de 49,99 € sur le cadeau offert. En réalité, il est facile de surestimer la valeur commerciale d'un bien pour pouvoir ensuite accorder une réduction, voire la gratuité.

Il est évident que le même article proposé directement à un prix de 24,99 €, sans annonce d'une remise présumée, et sans cadeau, n'aurait pas eu le même impact.

