

Les mots à double tranchant du marketing direct

Les spécialistes du marketing direct cherchent, bien évidemment, à susciter l'intérêt du consommateur pour le faire passer à l'acte d'achat, ou à réduire discrètement l'impact d'une promesse publicitaire.

Le Réseau anti-arnaques a souhaité lister quelques termes qui engendrent une interprétation immédiate du lecteur ou une incompréhension volontaire.

« Chèque » : ce terme est largement associé aux opérations promotionnelles. L'astérisque qui le suit permet au professionnel d'évoquer un « chèque-achat », expression au demeurant peu utilisée dans le vocabulaire du consommateur qui préfère la formulation « bon d'achat ».

« Règlement » : particulièrement apprécié dans les offres de loteries de vente à distance, ce terme est synonyme chez le consommateur de « paiement ». Or, subtilement, pour certains professionnels manipulateurs, il s'agit du raccourci de « règlement complet de l'opération ».

« Docteur » : l'usage du titre seul peut laisser penser qu'il s'agit d'un médecin. Or, il peut être associé à de nombreuses spécialités sans lien direct avec le domaine de la santé.

« Aléas » : la formulation « soumis à aléas » est particulièrement appréciée des concepteurs de loterie et, du reste, est souvent mentionnée de façon discrète dans le document promotionnel. D'autre part, elle est peu usitée par le consommateur.

« Valider » : le terme est bien apprécié en démarchage téléphonique pour recueillir plus facilement un IBAN. Exemple : « *J'ai juste besoin de votre IBAN pour valider cette information* ».



INFO-ALERTE est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le :
Réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir

BP 40179 – 79205 PARTHENAY cedex

(contact@arnaques-infos.org) - Site : www.arnaques-infos.org

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication :

Pascal TONNERRE (president@arnaques-infos.org)