

## Toutes les astuces pour vendre le SHAPER RELAX 3000

L'offre publicitaire en faveur du **SHAPER RELAX 3000**, diffusée notamment dans la presse TV au début du mois de septembre 2015, est un modèle du genre en matière de concentré d'arguments commerciaux.

L'objectif affiché par **AB VITAL PLUS**, marque de la société **PERFOLINE**, est de proposer un appareil de remise en forme pour perdre les kilos en trop.

Établissons la liste des trucs et astuces utilisés pour convaincre le consommateur :

- ↪ Promettre un résultat avec un minimum de contraintes : « *En 4 minutes, affinez votre silhouette, raffermissez et muscliez tout votre corps* » ;
- ↪ Faire énoncer cette formulation par une tête connue des médias. Dans le cas présent, il s'agit de **Nathalie SIMON**, championne de planche à voile et animatrice de télévision ;
- ↪ Barrer un prix initial de 99 €, artificiellement exagéré, pour le réduire en deux paiements de 24,95 € ;
- ↪ Se débrouiller pour lister « *les 13 raisons pour lesquelles vous devez essayer SHAPER RELAX 3000* », même si les arguments sont bien inconsistants : « *pour hommes et femmes* », « *prix discount* », « *à tout âge* », « *pour non sportifs et sportifs confirmés* » ;
- ↪ Prétendre que l'offre est limitée et fixer une date limite (*au 30 septembre 2015*) ;
- ↪ Afficher le message incontournable « *vu à la TV* », histoire de rassurer ;
- ↪ Dévaloriser le corps humain : « *en finir avec les ventres mous, flasques et bedonnants* » ;
- ↪ Promettre une livraison gratuite (*sous 48 heures*) ;
- ↪ Mentionner une adresse prestigieuse (*Champs-Élysées à Paris*) sans indiquer, bien évidemment, qu'il s'agit d'une simple adresse de domiciliation.