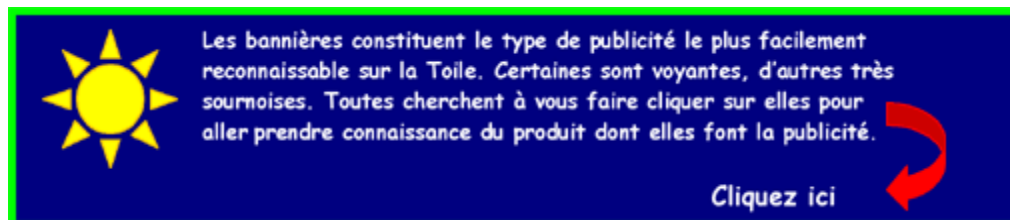


Les stratégies de marketing en ligne

Sous sa forme traditionnelle, la publicité ne fonctionne pas sur Internet. Les spécialistes du marketing utilisent de multiples astuces pour amener les enfants à acheter leurs produits. Ils intègrent souvent de la publicité à l'intérieur des jeux et des activités en ligne, de façon à ce que les enfants ne s'aperçoivent même pas qu'on essaie de leur vendre quelque chose. La prochaine fois que vous visiterez un site commercial destiné aux enfants, essayez d'identifier leurs différentes techniques.

Certaines d'entre elles, comme les bannières publicitaires, parlent d'elles-mêmes.



D'autres techniques de marketing sont plus subtiles.



Imaginez un immense message publicitaire, dans lequel les enfants peuvent entrer, jouer avec les produits et parler avec leurs porte-parole. Imaginez une publicité qui peut donner de l'information aux publicitaires sur un enfant en particulier, sur ses rêves et ses désirs les plus secrets. C'est ce qu'Internet permet à l'industrie du marketing de faire par le biais des sites commerciaux.



Voici quelques-unes des méthodes employées par la publicité pour mettre les enfants en contact avec ses produits :

La planète des enfants

La création **d'environnements virtuels** qui donnent à l'enfant l'impression de pénétrer dans un monde réel.

Repérez les mots comme monde, village, ville, club, planète. Les compagnies veulent que l'enfant ait le sentiment qu'il ne s'agit pas de publicité, mais d'un véritable univers créé uniquement pour lui. Certains sites commerciaux demandent aux jeunes de donner leur nom avant d'accéder au site afin de pouvoir personnaliser le message d'accueil à leur prochaine visite : « Bonjour Nicolas ».



Des **personnages de dessins animés** qui jouent le rôle de porte-parole et encouragent les enfants à s'identifier à des produits ou des compagnies. Ainsi, en les familiarisant avec une marque dès leur plus jeune âge, on espère fidéliser les futurs clients.

Des **jeux interactifs et des activités comme le coloriage, les mots croisés et autres recherches de mots** reliés à la marque ou à ses personnages porte-parole.

Les publicités traditionnelles restent sans effet sur Internet, c'est pourquoi les annonceurs publicitaires amalgament contenu publicitaire avec jeux et activités.



Des **écrans de veille** téléchargeables gratuitement illustrant des produits et des personnages porte-parole ; des **cartes postales virtuelles** qui peuvent être envoyées à d'autres enfants par le biais du site commercial (ce qui permet à la compagnie d'ajouter des adresses à sa base de données).

Des **clubs** où les enfants peuvent s'inscrire et des **concours** où ils peuvent gagner des prix (lesquels sont souvent reliés aux logos, slogans et personnages de la marque).

Il est fréquent qu'on demande aux enfants des renseignements personnels, comme leur nom, adresse postale et de courriel, numéro de téléphone et passe-temps préférés, avant de leur permettre de s'inscrire à un club ou à un concours, ou de pouvoir utiliser un jeu. Cela permet ensuite de les solliciter par courriel, d'établir le profil des jeunes qui fréquentent le site, de vendre de l'information à des tierces parties et de rendre encore plus efficace la publicité sur le site !



L'essentiel à retenir ? Sachez reconnaître qu'on est en train de vous vendre quelque chose. Les sites commerciaux peuvent être très amusants, mais ils sont là pour faire de l'argent.

