

Sommaire

Prologue.....	11
---------------	----

PARTIE 1 – LES COULISSES DE VOTRE CONSOMMATION... 15

Chapitre 1 – Dans votre tête : votre cerveau face au marketing..... 17

Votre cerveau : un gros consommateur	17
L'impact de l'environnement	20
Votre système de récompense.....	21
L'influence de vos émotions.....	22
Quand votre cerveau vous induit en erreur	22
La force de vos croyances	24
Et la force de vos valeurs personnelles.....	26

Chapitre 2 – Au-delà du produit : ce qu'on vous fait vraiment acheter 31

Un produit qui se vend, c'est toute une histoire	31
Des produits si touchants !	35
Un nouveau venu qui ne repartira pas	36
Des produits qui en appellent d'autres	38
Quand un produit se propage tout seul	39
Vous avez dit ripolinage ?.....	41
Augmenter les profits sans changer le prix	43

Chapitre 3 – Les marques : ce qu'elles font pour formater vos choix 47

Comment les marques s'immiscent dans votre esprit.....	47
--	----

Trop beau pour être vrai ?	50
Quand une marque devient (trop) sympathique.....	51
Plus d'occasions de consommer !	54
Le piège des rituels	56
Quand vous avez loupé la pub mais vu le produit	58
Quand un sac vaut plus que son contenu	60
Des expériences inoubliables.....	63
Quand les marques se fondent dans votre environnement	65

PARTIE 2 - L'ART DE LA SÉDUCTION COMMERCIALE..... 69

Chapitre 4 – Les prix : ce que cachent vraiment les chiffres

vous n'êtes pas rationnel face au prix	72
Le juste prix	73
Comment vous fait-on subtilement dépenser plus	76
Comment un tarif inchangé cache une hausse de prix.....	78
Comment un tarif inchangé masque une baisse de qualité	79
Une augmentation de prix sur un produit dégradé ?	81
Plus c'est cher... et plus vous en achetez !	81
Quand les clients paient moins et que le commerçant gagne plus ...	83
Quand le lieu dicte le prix.....	84
Un usage spécialisé ? Un prix élevé !	86
Comment les prix psychologiques influencent vos achats.....	87
Comment soulager la douleur du prix.....	89
Le prix du gratuit	89
Prix en flagrant délit	91

Chapitre 5 – Les promotions : pièges ou bonnes affaires ?..... 95

Quand vous êtes aveuglé par un rabais.....	96
La magie des lots : quand 1+1 semble valoir plus que 2	97
Le coffret collector	98
Quand la peur de perdre l'emporte sur l'envie de gagner	99
Acheter en un flash !.....	101
Une chasse aux étoiles qui peut coûter cher.....	102
« Et ce n'est pas tout... »	105

Chapitre 6 – Au centre commercial : voyage au cœur de la machine à acheter	109
L'appel des sirènes.....	110
En savoir un rayon sur les linéaires des grandes surfaces.....	110
Ces enseignes qui vous font marcher	112
Comment les commerçants vous mènent par le bout du nez	115
Une merveilleuse aventure avec ses enfants	117
Le passage en caisse ou l'île de la tentation.....	119
 PARTIE 3 – LES FICELLES DE LA TOILE DU MARKETING NUMÉRIQUE	 123
Chapitre 7 – E-commerce : ne cliquez plus les yeux fermés.....	125
Des publicités planquées mais bien visibles.....	125
Une page qui vous donne envie de commander le produit	129
Un panier d'achats qui peut se remplir à l'infini	131
Le checkout : l'ultime sprint vers votre portefeuille.....	132
Quand votre panier abandonné vous poursuit.....	134
La confirmation de commande n'est pas la fin, c'est le début	135
Les secrets des grosses plateformes e-commerce	137
 Chapitre 8 – Dark patterns : les pièges cachés du web.....	141
Quand les plateformes numériques dégradent votre expérience	142
Le côté sombre des plateformes digitales	144
Les leurres visuels	146
Les messages orientés.....	148
Les choix guidés	149
Les paniers d'achats tronqués.....	151
Les obstructions à la désinscription.....	152
 Chapitre 9 – Jeux vidéo : quand le marketing devient joueur	155
Si c'est gratuit, game over : vous êtes le produit.....	156
Des achats intégrés, parfois voilés.....	158
Les coffres au trésor pour remplir les poches des éditeurs	160
Les passes de combat : quand le jeu vidéo se transforme en marathon payant	162
L'accès anticipé.....	163

**PARTIE 4 - LE MARKETING
DES ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES..... 167**

Chapitre 10 - Loisirs : votre temps libre vaut de l'or..... 169

Un grand moment dans un petit restaurant	169
Tout un cinéma	173
Éviter les déboires dans les bars.....	176
Et si on allait en boîte de nuit	177
Les joies de la fête foraine.....	180
Ce qui est dépensé au casino... reste au casino	182
Une expérience inoubliable dans un parc à thème	186
Et si on allait au zoo	188

**Chapitre 11 - Vacances : évadez-vous
sans vous faire piéger 193**

Comment les agences de voyages créent-elles du rêve accessible.....	193
Ces hôtels dont le prix fluctue.....	195
Et si on prenait l'avion	197
Des vacances pour tout oublier, sauf votre bon sens	198
Le marchand de girafes.....	201

**PARTIE 5 - CES SERVICES QUI VOUS
VEULENT DU BIEN 207**

**Chapitre 12 - Banques : dans les rouages
des services financiers 209**

Cette carte en plastique qui transforme votre portefeuille en puits sans fond.....	210
Le rêve hypothéqué d'une demeure à soi	212
Le crédit facile : quand les banques jouent avec vos envies	214
L'art et la manière de vous faire épargner	216
Les pièges psychologiques des placements financiers.....	217

**Chapitre 13 - Assurances : ne signez plus
sans comprendre 223**

Les assurances vie et le prix de la sérénité.....	223
Assurer sa santé pour se rassurer.....	226
Tout roule, vous avez assuré votre automobile	228

Chapitre 14 – Services : découvrez leurs engrenages silencieux	233
Comment le fitness fait fondre votre budget.....	233
Quand se désinscrire devient un parcours du combattant	236
Les pièges des offres télécom	238
Comment les opérateurs télécoms vous gardent captifs	239
Quand la peur sonne à votre porte : les tactiques des vendeurs d’alarmes	241
 PARTIE 6 – BONUS	 245
Chapitre 15 – D’autres techniques peu connues de marketing furtif	247
Loto : quelques euros pour un espoir surestimé.....	247
Les rêves à gratter.....	249
Téléachat : quand l’écran de votre TV devient une vitrine.....	251
La vente sur papier glacé	253
Le salon des opportunités.....	255
Le marketing peu connu de la charité.....	256
 Épilogue.....	 261
Index des terminologies liées au marketing furtif	263
Remerciements	267
À propos de l’auteur.....	269