



Comment la reconnaissance faciale s'invite dans les rayons

publié le 12/10/2015

Descriptif :

Un article du site PROMO Affinity pour illustrer les cours de bac pro commerce en Animer

La reconnaissance faciale est une technologie qui peut de prime abord effrayer le consommateur comme en témoigne [l'infographie "creepy or cool"](#) sur le point de vente du futur. Tout l'enjeu consiste donc à créer le bon usage pour obtenir l'adhésion du consommateur et lui offrir une réelle expérience !

Aux États-Unis, la marque de confiseries Hershey's a intégré cette technologie à sa PLV de manière à distribuer des chocolats dès lors que le sourire du consommateur est détecté. Ce dispositif a été conçu grâce à l'expertise de Wild Blue Technologies et Affectiva et révolutionne pour ainsi dire l'échantillonnage !

A l'approche d'halloween, une telle innovation ne passera pas inaperçue dans les rayons ... Et si la technologie contribuait finalement au marketing de l'émotion ? [Affaire à suivre ...](#)



Hershey's a intégré cette technologie à sa PLV de manière à distribuer des chocolats dès lors que le sourire du consommateur est détecté.



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.