

CAPIFRANCE, 1^{er} réseau immobilier à lancer une publicité interactive, cette semaine dans Le Nouvel Economiste.



Dans un souci permanent d'innovation, le réseau immobilier CAPIFRANCE n'hésite pas à utiliser les dernières nouveautés en matière de technologie dans sa communication. Ainsi, la première publicité CAPIFRANCE avec flashcode intégré vient-elle d'être publiée dans le Nouvel Economiste.

Le flashcode, ce code barre dernière génération, permet d'accéder directement à un site ou à une page web. Il suffit de le lire avec un smartphone (comme l'iphone par exemple), et la page internet se charge aussitôt sur le téléphone.

Pour l'occasion, CAPIFRANCE a mis en place un mini site internet adapté aux téléphones mobiles. Ce dernier donne accès, entre autre, à une présentation du réseau, mais aussi à des vidéos et autres informations utiles. L'option de rappel automatique a même été intégrée : vous envoyez votre numéro de téléphone via le formulaire et l'on vous rappelle tout de suite.

Le flashcode, une technique déjà utilisée par CAPI dans son journal interne *Capinews*, qui différencie encore le réseau côté création et innovation.