

La publicité

Benali
Saïd

Arabi
Asmae

Collège Abderrahmane
Bnou Aouf à Oujda

A-Introduction :

Qu'il s'agisse d'une petite ou grande entreprise, promouvoir un produit doit passer nécessairement par la promotion.

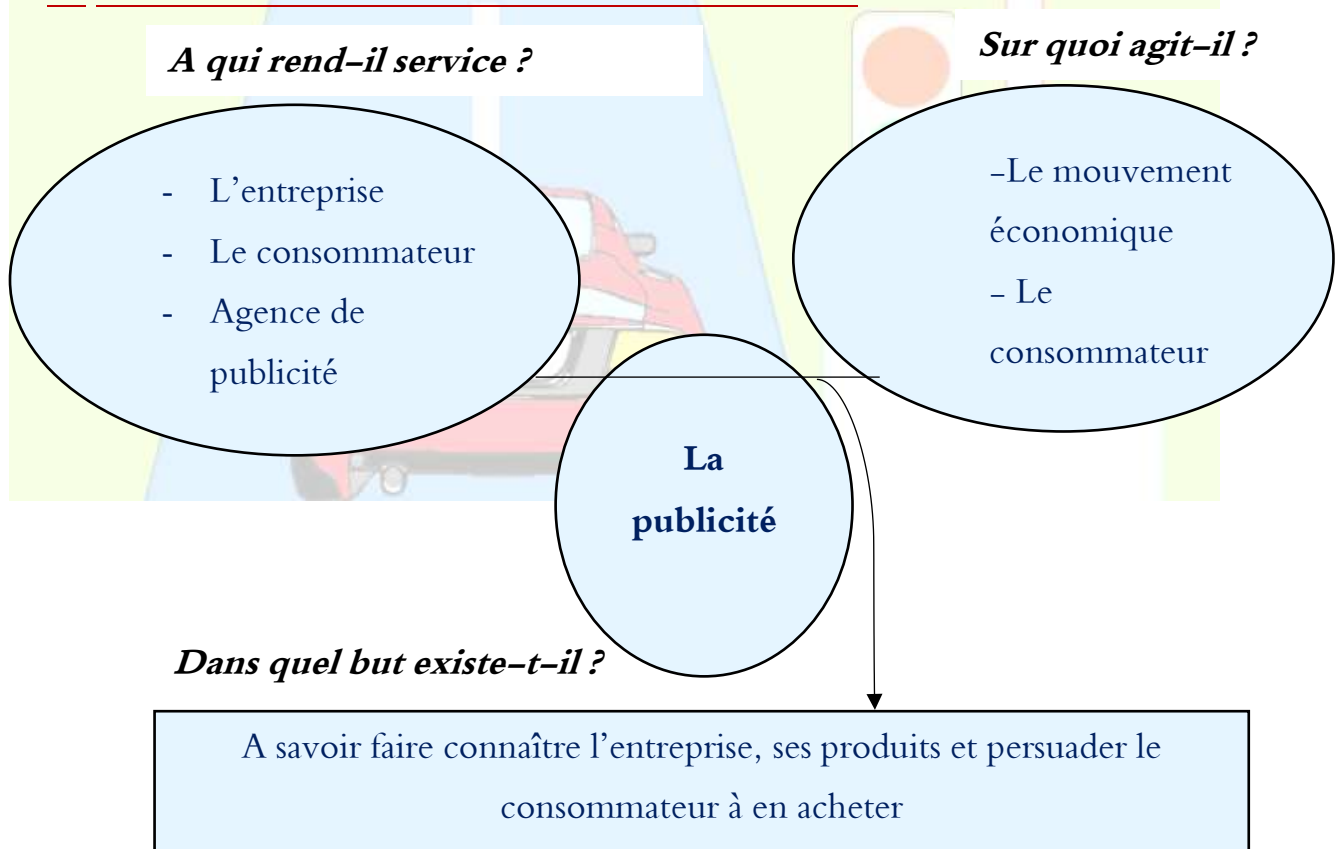
Promotion et publicité sont directement liées à la commercialisation car les campagnes de publicité ont un effet énorme sur la « réception » et « l'acceptation » du produit sur le marché.

La bonne publicité ne peut qu'aider une entreprise à grandir avec chaque produit lancé. Il faut absolument générer l'enthousiasme du public pour qu'il en « parle ».

1- Définition :

La publicité est un ensemble de moyens utilisés pour présenter l'entreprise, faire l'éloge de son produit et motiver le consommateur à l'acquiescer car c'est l'un des moyens de communication les plus importants entre le producteur et le consommateur.

2- Enoncer fonctionnel au besoin de la publicité :



La publicité	Benali Saïd	Arabi Asmae
	Collège Abderrahmane Bnou Aouf à Oujda	

3- Formes de publicité :

3.1- Publicité à caractère commercial :

C'est une publicité qui se concentre sur la vente des produits ou des services.

3.2- Publicité sociétale (ou marketing social) :

Cette forme de publicité cherche à promouvoir des attitudes et des comportements au sein de la société. Les auteurs de ce type de publicité sont généralement des gouvernements, des organismes humanitaires, des associations ou des groupes de pression.

4- Les « 4P » du marketing commercial :

Produit -prix- point de vente- promotion

- **Le produit** : désigne l'objet à vendre ;
- **le prix** : ce que le client paie ;
- **le point de vente** : le lieu de vente du produit ou du service ;
- **la promotion** : les démarches entreprises pour attirer l'acheteur.

5- Acteurs de publicité (et communication) :

Le secteur de la publicité (et de la communication) est structuré autour de deux acteurs principaux : les annonceurs et les agences.

5.1- Les annonceurs :

Ce sont eux qui financent le système ; ce sont les investisseurs sur ce marché. Ils font appel aux agences conseils et média afin de réaliser des campagnes pour promouvoir les produits.

5.2- les agences :

On distingue deux formes d'agences : les agences conseils et des agences médias.

5.2.1- les agences conseils :

Elles proposent leurs conseils en élaborant les stratégies de communication des annonceurs. Les agences produisent à la fois un travail immatériel sous forme de conseils et un travail matériel par la réalisation de campagne d'affichage ou de diffusion.

La publicité

Benali
Saïd

Arabi
Asmae

Collège Abderrahmane
Bnou Aouf à Oujda

5.2.2– les agences médias :

Elles vendent les espaces, elles établissent les stratégies et les recommandations en termes de choix des médias et de construction du média planning en collaboration avec l'agence conseil.

6– les supports de communications :

Pour que le discours publicitaire atteigne le plus grand nombre possible de public-cible, les entreprises ont recours à des moyens de communication traditionnels et modernes.

6.1– les supports de communication traditionnels :

Ce sont : la radio, le journal, la télévision, la lettre postale, les banderoles, la presse écrite, le téléphone fixe, l'affichage, la foire, le Cinéma.

6.2– les supports de communication modernes :

Ce sont des messages à travers : le téléphone portable, l'Internet, les réseaux sociaux, la presse écrite gratuite, les magazines, les dépliants, le site web, le catalogue, prospectus.

7– Les grandes étapes de la stratégie de communication :

- Identifier la cible ;
- Déterminer les objectifs ;
- Concevoir le message (que dire- comment le dire-qui doit le dire) ;
- Choisir les médias (TV- Radio- Journal-Internet...) ;
- Evaluer le budget ;
- La durée et la période de programmation de la PUB.

8– L'annonce publicitaire :

Une annonce publicitaire doit être :

- ✓ **Créative** : elle livre le message d'une façon actuelle et inédite.
- ✓ **Percutante** : ce sont titre accrocheur et le visuel captent fortement l'attention du consommateur.
- ✓ **Mémorable** : elle assure que le consommateur se souviendra du nom et de la compagnie quand il a besoin d'un produit ou d'un service.

La publicité

Benali
Saïd

Arabi
Asmae

Collège Abderrahmane
Bnou Aouf à Oujda

- ✓ **Claire** : Elle présente le message de façon simple, concise et compréhensible.
- ✓ **Distinctive** : Elle est unique.

En résumé :

Le marketing et la communication sont deux activités distinctes, chacune régie par ses propres règles et nécessitant une expertise spécifique.

La communication concerne les moyens utilisés par une entreprise pour faire connaître ses produits ou services, inciter les clients potentiels à acheter des produits.

