

Séance 4 : Lecture d'élargissement

Plan de la leçon

- Texte.
- Questions.



Texte

Les principales étapes de l'élaboration d'une publicité

1- Démarche générale

- Définition de la stratégie publicitaire : cibles, objectifs.
- Elaboration du plan média : fond et forme.

2- Elaboration des messages

- Proposition concrète faite au consommateur.
- Preuve : support de la promesse correspondant à une caractéristique distinctive du produit.
- Bénéfice consommateur : le « plus » apporté par l'utilisation du produit, l'avantage suggéré.
- Ton : les éléments visant à créer une atmosphère.

3- Elaboration du plan média

- Choix des médias : évaluation des médias possibles et choix d'un média de base en fonction du produit, du message et du coût
- Etude et évaluation des habitudes de la cible.

4- Rédaction de la stratégie créative

- Contenu du message : thème, axe, idée de nature à motiver la cible visée.
- Format du message : sélection des mots, taille du titre, du texte, de l'image, de la couleur.

Source Internet

Questions

- 1°) Quel est le premier paramètre que la publicité doit prendre en charge ?
- 2°) « Proposition concrète » : de quelle proposition s'agit-il ?
- 3°) Relève la phrase du texte qui montre qu'il faut convaincre le consommateur pour le pousser à acheter.
- 4°) Que veut dire « évaluation des médias possibles » ?



Panneau publicitaire en Chine