|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| bureau,business,clavier,commercialisation,communication,concept,corporate,création,débat,discuter,équipe,expert,femme,fenêtres,Fotolia,gens,groupe,hommes,idée,interaction,investisseur,leadership,main,mobile,mouvement,ordinateur,pdg,penser,planification,présentation,professionnel,quatre,réseau,résultat,réunion,spécialiste,stratégie,table,technologie,téléphone portable | **S1 : Prospection et suivi de Clientele****S4 : Mercatique** | **1 BAC****Vente** |
| **S4** | **Thème 1  : La mercatique****3eme partie : Les variables du plan de**  **marchéage** |
| **Chapitre 8 : La communication commerciale** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Correction****Application 1 : « »** |  | **S4.3 l’offre de l’entreprise** * S4.3.4 la communication commerciale
 |

Vous travaillez chez l’imprimeur « Véoprint » qui s'adresse à une clientèle de professionnels et de particuliers. À l'occasion de l'agrandissement et de la modernisation des locaux, votre directeur envisage de faire une campagne de communication. Il vous demande de l'assister dans cette tâche.

**Sources :** www.veoprint.com

**Activité :**

1. À l'aide du document « Plan média : le choix des armes », rappelez les règles à respecter pour réussir l'opération.

A consulter : Document. A compléter : Votre copie.

⇨ Définir les objectifs ; préciser la cible ; définir la zone géographique ; préparer le plan média ; établir le budget.

2. Précisez l'objectif de l'opération publicitaire.

A consulter : Document. A compléter : Votre copie.

⇨ Développer la notoriété ou valoriser l’image.

3. Complétez le tableau en annexe.

A consulter : Document. A compléter : Annexe.

4. Sélectionnez les supports les mieux adaptés à l'objectif en justifiant vos choix.

A consulter : Document. A compléter : Votre copie.

⇨ Il faut choisir les supports adaptés aux actions ponctuelles comme la publicité mobile, l’affichage, la radio locale et la presse gratuite. De plus, l’impact de ces différents médias est complémentaire.

**Annexe :**

|  |  |
| --- | --- |
| Support | Avantages |
| Annuaires | Proximité. |
| Publicité mobile | Cible directement touchée. |
| Affichage | Bonne visibilité, adapté aux actions ponctuelles. |
| Radio locale | Adaptée aux actions ponctuelles. |
| Presse | Gratuit pour un communiqué de presse. Presse gratuite : en progression, adaptée aux actions ponctuelles. |
| Tract | Pour la conquête de nouveaux clients. |
| Journal entreprise | Pour valoriser l’image de l’entreprise et fidéliser. |

**Document :**

****