

COMMUNICATION

Créer une campagne publicitaire

NIVEAU

Intermédiaire (B1)

NUMÉRO

FR_B1_2014X

LANGUE

Français

Objectifs

- Je peux utiliser le vocabulaire de la publicité et reconnaître la structure d'une publicité.
- Je peux créer un slogan pour une campagne de publicité.

Les campagnes de publicité

Lisez la définition d'une campagne publicitaire.

Quels sont les différents média que l'on peut utiliser ?



Une **campagne publicitaire** utilise en général plusieurs média mais son objectif est toujours de favoriser une seule marque, société ou organisme.



Vocabulaire

Associez les mots et leur définition.

- | | | | |
|----------|---------------------|----------|--|
| 1 | visuel | a | Fait pour favoriser les ventes de produits ou de services. Cela peut être en lien avec une promotion comme des soldes. |
| 2 | audio-visuel | b | Une image ou un message imperceptible par l'œil mais enregistré par le cerveau. |
| 3 | promotionnel | c | Phrase que l'on va associer à la marque ou à la société. Il peut être parlé, crié, chanté, ou uniquement mélodique. |
| 4 | subliminal | d | Cela peut- être une affiche, un flyer, ou une publicité dans un journal ou un magazine. |
| 5 | une accroche | e | Les spots publicitaires qui passent à la télé, sur Internet ou au cinéma. Ces publicités allient images et sons. |
| 6 | un slogan | f | La première phrase que l'on voit ou entend. Elle doit attirer l'attention du public. |

publique

commerciale

Les publicités sont souvent destinées à stimuler les ventes de produits ou de services, elles sont donc **commerciales**. Mais **l'État** aussi utilise des campagnes publicitaires pour faire passer des messages de **prévention** ou d'organisation de la vie publique. Ce sont des campagnes **publiques**.



Cette publicité **commerciale** a pour but de vendre cette boisson énergisante.



Cette campagne **publique** a pour objectif de communiquer un numéro d'urgence aux personnes subissant des violences conjugales.

Les campagnes publiques



Est-ce que certaines
campagnes publiques menées
dans votre pays ou dans le
monde vous
ont marqué ?
Pourquoi ?

Quels supports étaient utilisés ?
Vous souvenez-vous d'un
slogan ou d'une accroche ?



Une publicité

Lisez la publicité.

Identifiez le support visuel, le slogan, l'accroche et le corps de la publicité.

Répondez : quel type de publicité serait le plus adapté : audio, audio-visuelle ou visuelle ?

**Vos voisins font un barbecue et vous avez
laissé votre fenêtre ouverte ? Pas de
panique !**

**Essayez notre nouvel aérosol Vizair Linge,
créé spécialement pour les odeurs les plus
tenaces.**

Vizair, changez d'air !





Les aspects de la campagne

une audience

Sur les heures de grande **audience**, les spots publicitaires sont plus rentables et ils coûtent donc plus cher aux entreprises.

l'achalandage

L'achalandage regroupe toutes les techniques qui ont pour but de faire venir les clients.

une agence de communication

L'agence de communication se charge de la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux par exemple.

une agence de publicité

Les **agents de publicité** se concentrent sur la création de campagnes publicitaires à travers les différents médias. C'est eux qui vont créer une campagne d'affichage par exemple.



Pratiquons !

Complétez les phrases avec les mots.

- 1 L'achalandage d'un magasin est important pour attirer la _____ .
- 2 L' _____ correspond à un public d'acheteurs potentiels.
- 3 L'agence de _____ propose un plan de communication et le met en place.
- 4 Pour faire la promotion d'un produit, on crée une _____ .
- 5 C'est très important de faire des campagnes publiques de _____ pour avertir le public.

communication
prévention
publicité
audience
clientèle



Discutons !

Quels sont les différents types de public ou d'audience ?



Que faut-il prendre en compte pour identifier le public ou le consommateur du produit ?

Les moyens de diffusion sont-ils les mêmes pour tous les publics ?



la pub



Je déteste **la pub** quand je regarde un film.



Les étapes d'une campagne de pub

Mettez dans l'ordre les étapes d'une campagne de publicité.

1

2

3

4

A

Définir le support : comment veut-on faire passer le message ? Quels média va-t-on utiliser ? Quel budget a-t-on ?

B

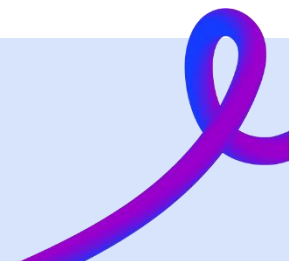
Définir l'audience : à qui veut-on s'adresser ? Plutôt une population citadine ? Plutôt des hommes ou des femmes ? Plutôt des jeunes ou des personnes âgées ? Plutôt des jeunes couples avec enfants ?

C

Définir un objectif : Est-ce que l'on veut faire connaître un nouveau produit ou remettre l'image de l'entreprise à neuf ?
Est-ce que l'on veut faire prendre conscience d'un problème ?

D

Créer : Définir un slogan, une accroche. Choisir un style graphique : l'illustration ou la photographie/vidéo. Choisir le scénario et la mise en scène, les textes et les dialogues.





Les avantages des différents média

D'après vous, à quels média correspondent ces avantages ?

une audience assez intéressée	beaucoup d'audience	audio et visuel à la fois	ne coûte pas cher
place pour détailler l'information	possibilité de choisir son audience	campagne de longue durée	les formats sont flexibles
intégration possible de coupons promotionnels	Faire la présentation d'un produit ou d'un service	peut atteindre une audience mobile	fréquence élevée d'apparition
la télévision	la radio	l'affichage	les journaux ou magazines
<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>





Discutons !

**Quels sont les avantages
d'Internet par rapport aux
autres supports ?**

Y a-t-il des désavantages ?



Une publicité pour ...

Décrivez l'image ci-dessous et **répondez** ensuite aux questions.

1 À votre avis, pour quel produit ou service pourrait être cette publicité ?

2 Il s'agirait d'une campagne publique ou commerciale ?

3 Auriez-vous une idée de slogan ou d'accroche ?





Créez votre campagne de pub !

En **classe entière** ou en **breakout rooms** :

Imaginez une campagne pour ces lunettes de réalité virtuelle.

Partagez votre campagne avec les autres. Quelle campagne a le plus de chance de fonctionner ? Pourquoi ?

Donnez-leur
un nom, une
accroche et un
slogan si vous
voulez.

Quel est votre
objectif ?

À quelle
audience vous
adrezsez-vous ?

Quels sont les
supports
média que
vous allez
privilégier et
pourquoi ?



Avant d'entrer dans la
breakout room, prenez
une **photo** de l'exercice.



Fin de la leçon :

Expression

Jouer la carte de...

Sens : utiliser une stratégie ou un argument pour réussir

Exemple : *Pour gagner cette compétition, Élodie a décidé de jouer la carte de la créativité et de l'originalité dans ses performances.*



Pratique additionnelle



Les publicités subliminales

Lisez la définition puis répondez aux questions.

Une image subliminale est une image ou un message imperceptible par l'œil mais enregistrée par le cerveau.



Connaissez-vous des publicités subliminales célèbres ?

Pour quel produit ?

Que pensez-vous de cette forme de publicité ?



Jeu



Choisissez un produit ou un service et imaginez globalement la structure d'une campagne publicitaire pour ce produit ou service. Imaginez un slogan ou une accroche.

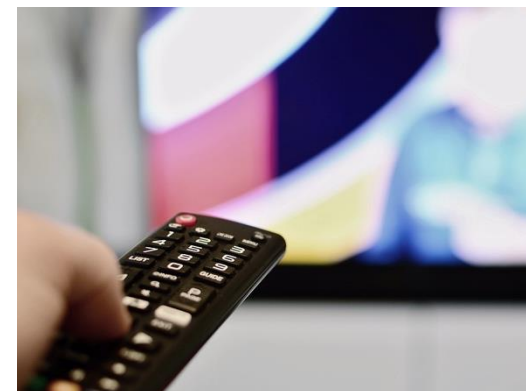
Les autres vous posent des questions pour deviner de quel produit ou service il s'agit.

Est-ce qu'une campagne d'affichage serait adaptée ?

Est-ce que vous feriez un spot télé ?

Est-ce que vous mettriez des coupons dans les magazines ?

Quels types de magazines vous choisiriez ?





Une publicité

Identifiez l'accroche, le slogan, le message et le type de campagne.

À votre avis, quelle est l'audience visée ? Comment cette campagne peut être complétée ? (quel média ou quelles promotions ?)



Vous faites vos bagages au dernier moment et ne savez jamais quoi emporter ?

La prochaine fois, visitez-nous sur www.bagagesàfaire.com

Nous vous aidons à préparer vos bagages : dites-nous où et quand vous partez et combien de temps, nous vous dirons quoi emmener !

Des bagages à faire ? Laissez-nous faire !



Faites votre propre campagne de publicité

Choisissez un de ces deux produits.

Décidez quel public est ciblé, et **expliquez** quels sont les meilleurs médias publicitaires pour promouvoir ces produits.





Corrigés

P. 4 : 1.d, 2.e, 3.a, 4.b, 5.f, 6.c

P. 7 : le support visuel : la photographie / L'accroche : la première phrase / le slogan : Vizair, changez d'air / le corps de la publicité : pas de panique ! Essayez notre nouvel...

P. 9 : 1. clientèle, 2. audience, 3. communication, 4. publicité, 5. prévention

P. 12 : 1.C 2.B 3.A 4.D

P. 13 : la télévision : beaucoup d'audience, audio et visuel à la fois, possibilité de choisir son audience (relativement), bon pour la démonstration / la radio : ne coûte pas cher, possibilité de choisir son audience, peut atteindre une audience mobile / l'affichage : beaucoup d'audience, fréquence élevée d'apparition / les journaux et magazines : une audience assez intéressée, place pour détailler l'information, possibilité de choisir son audience, campagne de longue durée (pour les mensuels), les formats sont flexibles, intégration de coupons promotionnels, peut atteindre une audience mobile



Résumé

Les aspects de la campagne

- *une agence de communication ; une agence de publicité*
- *une audience ; un public*
- *l'achalandage*

Les différents médias

- *la télévision ; la radio ; l'affichage ; les journaux ; les magazines ; Internet*
- *Aujourd'hui, on peut voir des pubs partout ! À la télé, à la radio, sur i=Internet...*

Créer une campagne de publicité

- Définir un objectif : faire connaître un nouveau produit ? faire prendre conscience d'un problème ?
- Définir l'audience : à qui veut-on s'adresser ?
- Définir le support : comment faire passer le message ? Quels medias ? Quel budget ?
- Créer : définir un slogan, une accroche. Choisir un style graphique.



Vocabulaire

la publicité

subliminal, subliminale

la clientèle

l'audience

la pub

l'accroche

l'agence de communication

l'agent de publicité

public, publique

commercial, commerciale

le slogan



Notes

