PART 1 : PRESENTER LA BOITE ET L EQUIPE (in a smooth way)

MARKCOM: Ce mot est en effet une composition entre Marketing et Communication.

Notre agence a pour mission de guider et accompagner les annonceurs (entreprise,association…) dans leur démarche commerciale au moyen d’une stratégie de communication dans le but de promouvoir leur image auprès de leurs publics cibles : clients, partenaires, fournisseurs…

A MARKCOM on est 6 personnes dévouées qui cherchent la satisfaction des clients.

Je vous présente dans ce propos mes collègues :

Le poste + le nom :

* Responsable commercial : **Firas**
* Responsable communication: **Nada**
* Responsable Artistique: **Fadhel**
* Responsable Design : **Heni**
* Responsable Marketing : **Issam**
* Responsable Logistique**: Nourhene**

PART2 : INTRODUCTION A LA PROBLEMATIQUE : LE SUJET EST LE PROBLEME HIROSHIMA POUR METTRE LES AUDITEURS DANS LE THEME.

Probleme Hiroshima :

Saviez-vous que le bombardement d’Hiroshima fut provoqué par une erreur de traduction ?

Il s’agit du verbe mokusatsu prononcé par le premier ministre japonais Suzuki devant les journalistes de la presse internationale après que son pays eut pris connaissance de l’ultimatum américain réclamant sa reddition.  
 [Les journalistes interprétèrent ce mot comme signifiant que le premier ministre se figeait dans un silence méprisant].   
Suzuki, lui, voulait dire simplement qu’il prenait note de la menace et se réservait le temps de la réflexion. Bref, les téléscripteurs répercutèrent dans le monde entier la version méprisante, et les américains furieux larguèrent sur Hiroshima la première bombe atomique de l’histoire

PART3 :ON MONTRE LE SONDAGE (les questions) ET LES STATISTIQUES (description simple)

Ceci dit, la barrière de la langue semble être un grand problème de communication.  
Pour mieux vérifier cette thèse, nous avons eu recourt à un sondage au sein de la faculté qui contient des questions du genre (3 questions MAX) .  
Les réponses ont été variées mais tournent toutes autour du même problème de la langue (Montrer des valeurs)

* Ceci nous a aidé à bien spécifier notre public cible qui est : (selon les sondages)

PART 4 : ON POURSUIT AVEC LA CAMPAGNE TEASING EN MONTRANT LA VIDEO ET PARLANT DE L AFFICHE. ON DEMANDERA PAR LA SUITE AU PUBLIC(si existe) DE DEVINER LE PRODUIT.

AFFICHE TEASING : Maintenant que notre public cible est déterminé, nous avons procédé avec une campagne de teasing qui a comporté Une affiche et une vidéo dans laquelle on a mis en question la problématique.

VIDEO TEASING

+ DEVINER LE PRODUIT

PART 5: LA REVELATION DU PRODUIT DANS SON CADRE

**La barrière de la langue est parfois un sacré problème quand il s’agit de communiquer avec autrui. Heureusement, nous avons pensé a une solution ultra efficace pour vous.**

Que ce soit lorsque vous partez en vacances à l’étranger, que vous rencontrez des touristes étrangers près de chez vous ou que vous avez un travail qui vous oblige à parler une autre langue, notre produit sera toujours a votre disposition pour vous rendre la communication hyper facile.

Mesdames et Monsieurs , on vous présente Lanpatché!

Ce petit patch équipé des fonctionnalités bien précises et simples va vous redonner le sentiment de confiance en communiquant avec toutes les langues ! Humaines !

PART 6: LA FICHE TECHNIQUE DECRITE EN DETAILS (il suffit de lire)

FICHE TECHNIQUE