

Structure des campagnes de publicités

SAVOIR-FAIRE

NIVEAU
Intermédiaire

NUMÉRO
B1_2011X_FR

LANGUE
Français






Objectifs

- Apprendre du vocabulaire sur la publicité.
- Apprendre la structure d'une campagne publicitaire.
- Apprendre à concevoir une campagne de publicité.





Les entreprises ont un budget consacré à leur **campagne publicitaire**, même l'Etat a un budget pour des **campagnes de prévention**.



Les campagnes de publicité

- Vous allez découvrir le vocabulaire et la structure des **campagnes de publicité** ainsi que les étapes de création de ces campagnes.



Cette affiche fait partie de **la campagne de publicité** contre la violence conjugale.



Les campagnes de publicité

- Une **campagne publicitaire** utilise en général plusieurs média mais son objectif est toujours de favoriser une seule marque, société ou organisme. Il peut s'agir aussi de favoriser une personne aux élections présidentielles.



Tous les média peuvent être combinés pour mener une **campagne de publicité**. Les publicités à la télévision sont complétées par des affiches, des messages à la radio, etc.



Les types de publicités

visuel

Une publicité peut être **visuelle** comme une affiche, un flyer, ou une publicité dans un journal ou un magazine.

audio-visuel

Les publicités **audio-visuelles** sont les spots publicitaires qui passent à la télé, sur Internet ou au cinéma. Ces publicités allient images et sons et sont donc souvent plus efficaces.

promotionnel

Les vidéos ou affiches **promotionnelles** visent à favoriser les ventes de produits ou de services. Cela peut être en lien avec une promotion du moment comme des soldes mais ce n'est pas obligatoire.

graphique

L'aspect **graphique** de certaines publicités se rapproche de l'art.

Une accroche



L'accroche est la première phrase que l'on voit ou entend. Elle doit attirer l'attention du public.

Un slogan



Le slogan c'est ce qu'on va associer à la marque ou à la société. Il peut être parlé, crié, chanté, ou uniquement mélodique.

subliminal



Une publicité **subliminale** est une image ou un message imperceptible par l'œil. Par contre, le cerveau les enregistre.

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 les 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 souffrant de violences conjugales.



Observez cette publicité



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 !



Identifiez

À partir de la publicité précédente, identifiez le support visuel, le slogan, l'accroche et le corps de la publicité.



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 !



Discutez

À votre avis, quel canal serait le plus adapté à cette publicité :
audio, audio-visuelle ou simplement visuelle ?
Quelle combinaison serait appropriée ?
Pourquoi ?



Les publicités subliminales



Connaissez-vous des publicités subliminales célèbres ?

Pour quel produit ?

Que pensez-vous de cette forme de publicité ?



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 ?



L'agence de communication



L'agence de communication s'occupe des besoins en communication d'une entreprise ou d'une association, que ce soit en interne ou en externe. Il peut s'agir de la création d'un site internet.

L'agence de publicité



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



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 presse

Les **agences de presse** sont des organisations qui transmettent des informations à des journaux ou autres média.



Associez

Associez les mots que vous venez de voir et les phrases pour créer des définitions.

1. L'achalandage...

a. vend de l'information aux médias.

2. L'agence de communication...

b. correspond à un public d'acheteurs potentiels.

3. L'audience...

c. d'un magasin est important pour attirer la clientèle.

4. L'agence de presse...

d. propose un plan de communication et le met en place.



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 quel(s) 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

Bon pour la démonstration 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



L'Internet

De plus en plus d'entreprises incluent l'Internet dans leur campagne, 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 ?



Une publicité pour un site internet



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 !



Une publicité pour un site internet

Dans la publicité précédente, identifiez l'accroche, le slogan, le message et le type de campagne.

A votre avis, quelle est l'audience visée ?

Comment cette campagne peut être complétée ? (quel média ou quelles promotions ?)



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.





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 ?



Une publicité pour une organisation

Envie de tourner la page ?

Rejoignez notre organisation de
défense de l'environnement.

Les masques à gaz ne sont pas
l'avenir que nous avons choisi.





Une publicité pour une organisation

Dans la publicité précédente, identifiez l'accroche, le slogan, le message et le type de campagne.

A votre avis, quelle est l'audience visée ?

Comment cette campagne peut être complétée ? (quel média ou quelles promotions ?)



Imaginez une campagne pour un produit

Connaissez-vous ces masques de réalité virtuelle ?





Imaginez une campagne pour un produit

**Imaginez une campagne pour ces masques de réalité virtuelle.
Donnez-leur un nom, une accroche et un slogan si vous voulez.**

Quel est votre objectif ?

À quelle audience vous adressez-vous ?

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

A vertical sheet of lined paper with a blue binding edge on the left and a series of punch holes. It contains several horizontal lines for writing.



Échangez

Partagez votre structure de campagne avec les autres.

Quelle campagne a le plus de chance de fonctionner ?

Pourquoi ?



Jeu

1. 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.
2. 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 ?



Réfléchissez aux objectifs

Revenez à la deuxième page et vérifiez si vous avez atteint les objectifs de cette leçon.

oui

non

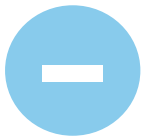
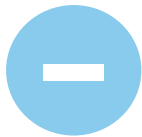




Réfléchissez à cette leçon

Pensez à tout ce que vous avez appris dans cette leçon.
Qu'est-ce qui a été le plus difficile (activités, vocabulaire...)? et le plus facile?




Si vous avez le temps, utilisez-le pour revenir de nouveau sur les pages les plus difficiles.



Corrigés

Page 12 : 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...

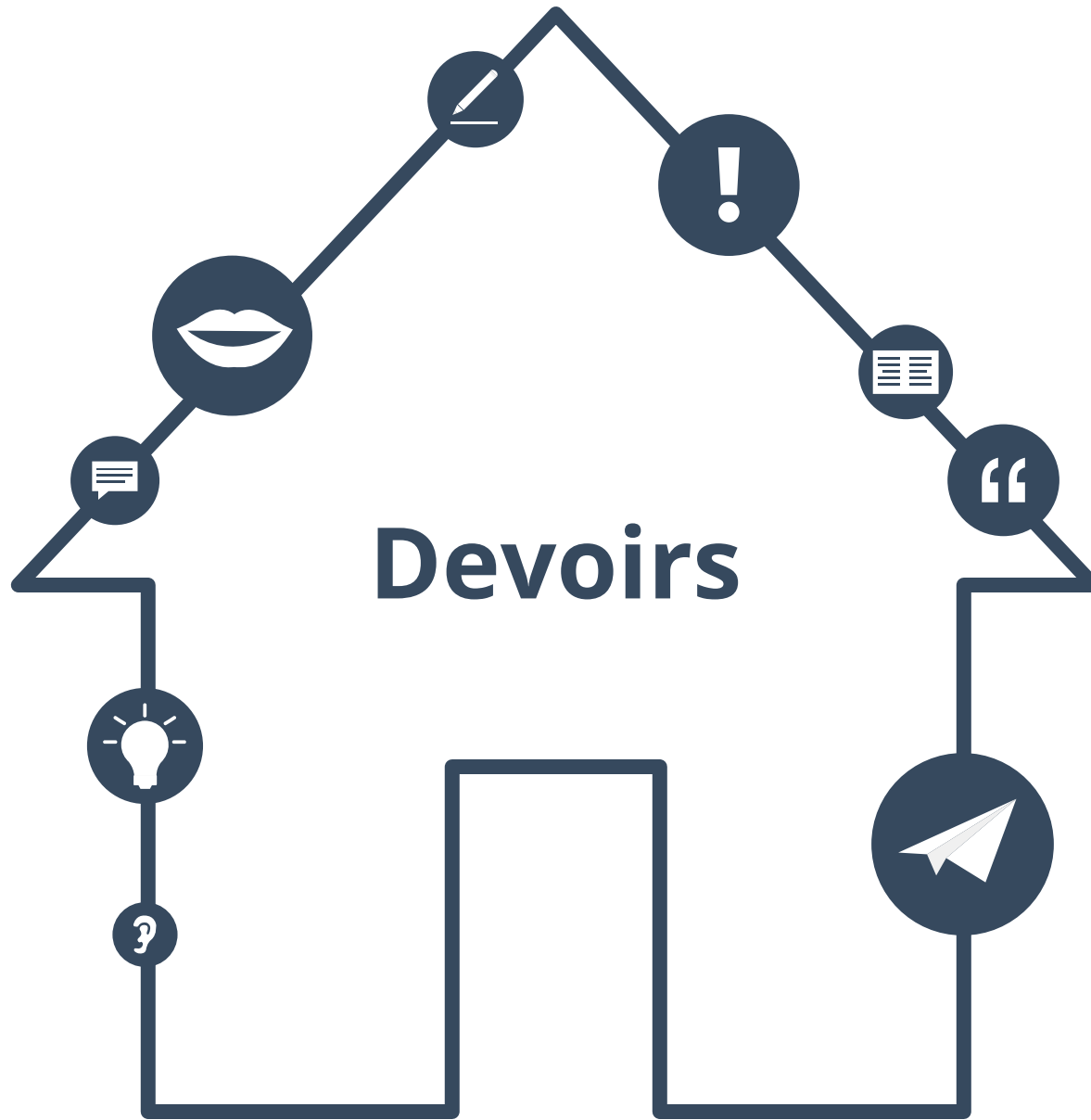
Page 19 : 1.c / 2.d / 3.b / 4.a

Page 20 : 1.C 2.B 3.A 4.D

Page 21 : 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

Page 25 : accroche : première phrase, slogan : dernière phrase, le message : le reste, campagne publicitaire commerciale pour un site internet.

Page 27 : accroche : première phrase, slogan : dernière phrase, le message : le reste, campagne publicitaire pour une organisation d'intérêt général.





Associez les débuts aux fins de phrase

1. Le slogan

a. est à prendre en compte quand on choisit les supports de la campagne.

2. L'accroche

b. est souvent chanté, pour être mieux mémorisé.

3. L'audience

c. est utile pour communiquer sur des problèmes de société et protéger la population des excès.

4. L'agent de publicité

d. sous forme de question, permet de mieux retenir l'attention du public.

5. La campagne publique

e. est une forme de publicité que l'on ne perçoit jamais.

6. La campagne commerciale

f. crée des solutions pour favoriser les ventes.

7. La publicité subliminale

g. fait la promotion d'un produit ou un service à travers plusieurs média.



Listes de vocabulaire

**Prenez cinq mots dans cette leçon.
Placez les mots dans deux listes différentes.
Trouvez un nom pour chaque liste.**

Liste 1: _____

Liste 2: _____



Mes mots préférés

Trouvez cinq autres mots dans cette leçon et écrivez-les dans votre liste *Mes mots préférés*.

A graphic of a spiral-bound notebook page. A white sticky note with a blue tab is attached to the top right, containing the text "Mes mots préférés". Below the sticky note, the page has several horizontal lines for writing. The first three lines are pre-filled with the text "Mot un", "Mot deux", and "Mot trois" respectively. The remaining lines are blank, with the first blank line starting with three dots "...".

Mes mots préférés

Mot un

Mot deux

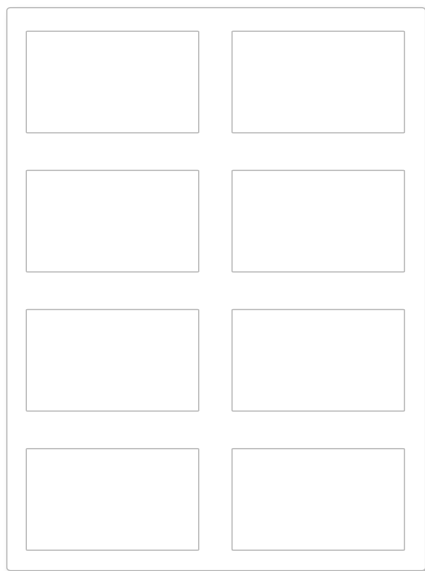
Mot trois

...



Faites des cartes

Faites des petites cartes à partir d'une feuille de papier et copiez quatre mots ou phrases de cette leçon que vous trouvez difficiles.





Corrigés des devoirs

Page 35 : 1.b / 2.d / 3.a / 4.f / 5.c / 6.g / 7.e



À propos de ce matériel

Pour en savoir plus:
www.lingoda.fr



Ce matériel a été créé par

lingoda

et peut être utilisé gratuitement
par toute personne pour tout motif.

lingoda Qui sommes-nous ?



Pourquoi apprendre le français en ligne ?



Cours de français en groupe ou particuliers ?



Qui sont nos professeurs de français ?



Comment obtenir un certificat de français ?



Nous avons aussi un blog de langues !