

La Publicité

➤ La Définition De la Publicité

La publicité désigne l'ensemble des actions mises en œuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour faire connaître ses produits ou services et en promouvoir la vente. Son but premier est d'attirer l'attention, puis d'influencer le choix des consommateurs.

On distingue :

La publicité commerciale qui cherche à faire connaître un produit, à convaincre qu'il est meilleur que ses concurrents, à inciter le consommateur à l'acheter. Elle vise parfois à créer un nouveau besoin.

La publicité de marque qui met l'accent sur l'image de la société et sa notoriété. Celle-ci passe par les 6 médias: presse cinéma, radio, télévision, affichage et enfin le dernier arrivant mais pas des moins Internet.

La publicité est l'« action de rendre public ». C'est aussi l'ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, une entreprise industrielle ou commerciale.

La « pub » n'est pas limitée aux biens de consommations ou aux services. Elle peut aussi promouvoir des hommes ou des femmes, vanter un lieu touristique, une organisation gouvernementale ainsi que des événements sportifs ou culturels. La publicité peut également viser des changements de comportement ou la promotion de valeurs considérées comme positives ou bénéfiques au niveau de la société, mettre en garde contre les drogues, inciter au respect de l'environnement, ou encore promouvoir la prévention routière.

La publicité est une technique qui emprunte à l'économie, à la sociologie et à la psychologie, qui teste ses intuitions via des panels de consommateurs et des études de marché. La créativité en est le cœur.

➤ Les Types De Publicité

Selon votre profil et le type de campagne que vous souhaitez mener, il existe deux types de publicité.

La publicité d'ambiance: Ce type de publicité, c'est généralement les grands panneaux dans la rue, les spots à la télévision ou à la radio ou encore de grand affichage sur les bus, tram, etc....

Ce type de publicité est relativement cher, et ne fonctionne vraiment que si les gens vous connaissent vraiment.

La publicité ciblée: Ce type de publicité est généralement moins chère (mais cela dépend de votre ambition). La publicité ciblée, c'est ce rapproché au maximum du futur client pour mieux le convaincre.

Publicité de marque ou de produit: Qui a pour objectif de faire connaître le produit.

Publicité institutionnelle: Pub pour l'entreprise qui vise à promouvoir l'image.

Publicité collective: pub d'un produit fait par un ensemble d'entreprise.

Publicité d'intérêt général: Qui a pour objectif de faire prendre conscience à la population d'un problème de société.

Publicité rédactionnelle: celle-ci s'ajoute à la publicité institutionnelle. (Ex tu payes un journaliste pour faire un article sur ton action)

➤ Le Rôle De La Publicité

Nous parlerons du rôle de publicité par rapport à l'annonceur et son utilité pour l'acheteur ou le consommateur.

Pour ***l'annonceur***, la publicité a pour rôle de produire la connaissance au consommateur en vue de créer la demande pour le produit, dans ce cas-ci, précisément la publicité stimule les achats c'est-à-dire qu'il doit voir une réaction spontanée après le stimulus publicitaire qu'il aura émis à l'égard de son produit.

Il doit en fait constater un engouement des consommateurs sur le produit qu'il a annoncé en vue d'accroître la promotion et de régulariser la distribution.

Pour ***l'acheteur***, stimulé par la publicité, le consommateur a accès à la connaissance de produit qu'il désire acheter.

La production voit alors sa teneur s'accroître au point de croître le chiffre d'affaire et de satisfaire la demande.

La Publicité

- crée un lien direct entre le producteur et l'acheteur ;
- contribue à diffuser l'image de marque des entreprises et des institutions ;
- développe ou relance un produit au moment souhaité ;
- a donc un rôle de régulateur commercial ;
- Elle favorise l'achat du produit en informant et en séduisant le consommateur.

➤ Les Objectifs de La Publicité

L'élaboration d'une campagne publicitaire nécessite une détermination au préalable des objectifs assignés à cette dernière. C'est dans le cadre du politique marketing que ceux-ci sont inscrits, politique qui décrit ; la cible, le positionnement et le mix.

Les objectifs assignés à la publicité sont multiples à savoir : informer ; persuader ; confirmer ; rappeler ; ce qui nous ramène au quatre quadra publicitaire.

Par ailleurs, l'objectif de la publicité est de favoriser la transmission d'une information commerciale motivante sur l'offre proposée afin de convaincre le client que cette offre répond exactement à ses besoins. Sa fonction fondamentale est donc d'informer, de porter quelque chose de motivant à la connaissance d'un public afin de modifier sa structure mentale et ses attitudes envers l'offre.

La publicité peut aussi remplir trois autres objectifs complémentaires qui sont : Annoncer l'existence d'une offre ; énoncer, ses caractéristiques et inciter à une démarche d'approfondissement. Ils recouvrent parfaitement les composantes ; cognitives, affectives et conatives de l'attitude ; la publicité n'agit pas directement sur les comportements du prospect ou de la personne ciblée, mais sur ses attitudes et ses opinions lesquelles peuvent le mener à l'achat.

Pour une campagne donnée, c'est la stratégie de communication arrêtée qui détermine, parmi ces objectifs lesquels doivent être privilégiés pour atteindre le résultat escompté, en synergie avec les autres moyens de communication. Selon le type de stratégie marketing décidée ; les techniques de communication utilisées ne seront pas nécessairement les

Mêmes. Il importe donc de savoir ce que les techniques disponibles permettent de faire et comment elles peuvent satisfaire ces différentes stratégies.

BUT DE LA PUBLICITE

Toute discipline qui se respecte doit avoir un but majeur poursuivi, la publicité elle, a pour but d'assurer un écoulement plus abondant, plus rapide et plus sûr de la production, en vue de renforcer cette dernière.

La publicité vise aussi de manière directe ou indirecte, à influencer autrui jusque dans ses comportements.

Elle s'appuie sur des moyens utilisés de manière circonstanciée selon la stratégie marketing à satisfaire.