

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	3 Le marketing 3.4 Le marketing opérationnel	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- Un style de vie, un type de comportement.
- La référence à un moment de détente, telle l'écoute d'une musique.
- Une humeur, une impression ou une image.
- Un rêve.

3.4.3.5 La publicité

&

La **publicité** est une opération de communication payante pour laquelle l'émetteur doit être identifiable. Les messages communiqués nécessitent des supports pour être véhiculés.

&

Le choix des types de supports, des supports, l'ordre et le calendrier de leur usage, la fréquence des passages des messages s'appelle le **media planning**.

Selon le type de communication recherchée, les types de supports utilisés sont les suivants :

- **Communication écrite directe.**
Le courrier traditionnel, la télécopie, le courrier électronique.
- **Communication écrite indirecte.**
L'affichage, les brochures, la presse, les magazines.
- **Communication verbale indirecte ou unidirectionnelle.**
La radio.
- **Communication verbale directe et bidirectionnelle.**
Le téléphone.
- **Communication visuelle et verbale unidirectionnelle.**
La télévision, le cinéma.
- **Communication visuelle et verbale bidirectionnelle.**
Internet.

Le choix du média dépend du :

- Nombre d'individus à atteindre.
- Média auquel ces individus sont sensibles.
- Nécessité de la communication interactive ou non.
- Budget disponible.