



COLLÈGE
SAINTE-ANNE

SECONDAIRE | DORVAL

Création d'une publicité

Comment on fait ça ?

MESSAGE

- Que veut-on communiquer?
- Quel est le message principal, secondaire?

CIBLE

- À qui s'adresse la pub? Son âge?
- Quelles sont ses intérêts, ses préoccupations?
- Ce qu'elle consomme? Quels médias?

PRODUIT/SERVICE

- Qui me parle ?
- Quels sont les avantages du produit vs la compétition?

MÉDIA

- Où se trouve la cible?
- Choisir le meilleur endroit où diffuser la pub pour que le public visé puisse la voir



COLLÈGE
SAINTE-ANNE



**“YOUR BRAND IS WHAT
OTHER PEOPLE SAY ABOUT
YOU WHEN YOU’RE NOT IN
THE ROOM.”**

amazon





COLLÈGE
SAINTE-ANNE

3 500

messages par jour
100 remarqués
10 retenus



Critères d'une publicité qui résonne, qu'on retient

Impact
Crédible
Pertinente
Cohérente
Engageante











halloween. i'm lovin' it[®]



Believe in something.
Even if it means sacrificing everything.

 Just do it.



Healthy teeth with **Colgate**

**Un petit geste d'altruisme
peut changer votre journée**





3 idées marketing folles pour un festival de magie



**ON THE BEACH AND IN THE
SEA, ANIMALS DO NOT LEAVE
TRASH; HUMANS DO.**

PLEASE BEHAVE LIKE ANIMALS.





Tunnel
Louis-Hippolyte-La Fontaine

ENTRAVES MAJEURES

C'EST QUOI TON
PLAN B?

EN SAVOIR +



Québec



Tunnel
Louis-Hippolyte-La Fontaine

ENTRAVES MAJEURES

C'EST QUOI TON
PLAN B?

EN SAVOIR +



Québec

Communiquer c'est

- Informer**
- Sensibiliser**
- Prendre position**
- Défendre**
- Convaincre**