

# La copie stratégie

de la stratégie marketing à la stratégie de communication

## Public

Toute personne issue du service marketing (directeur marketing, chargée de communication, chef de pub...)

## Pré-requis

Esprit de logique, rigueur, sens pratique

## Durée :

2 ou 3 jours

## Coût ht / h :

70,00 euros

## Objectifs

marché / consommateur

comprendre le fonctionnement du plan de travail créatif allant de la stratégie marketing à la stratégie de création en passant par la stratégie des moyens et de communication

## Méthode

Apports théoriques.

Illustrations pratiques.

Expérimentations.

## Programme

### LA STRATÉGIE MARKETING

Comment agir sur un marché?

Comment positionner un annonceur sur le marché?

Comment analyser une cible marketing

(étude qualitative, étude quantitative)?

### LA STRATÉGIE DES MOYENS

Comment définir une stratégie média

(radio, presse, tv, cinéma, affichage, internet)?

Comment définir une stratégie hors média

(marketing direct, PLV, mécénat sponsoring,

création d'évènement / interne-externe,

relations presses / publiques...)?

### LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Comment définir le sujet de la communication

(communication produit, gamme, collective,

institutionnelle)?

Comment définir un axe de communication

affectif, rationnel, éthique?

### STRATÉGIE DE CRÉATION

Comment répondre aux contraintes du brief?

Comment définir la tonalité et l'ambiance?

**ÉCOLE EN  
COMMUNICATION  
GRAPHIQUE**  
32, rue Helbronner  
93400 Saint-Ouen  
01 40 11 99 02