

LE DÉCODEUR MARKETING

Devenez un expert aux côtés de nos équipes.

ÉPISODE #5 : La publicité et ses différentes stratégies

Janvier 2024

La publicité consiste à promouvoir un produit, un service ou une marque auprès d'une cible : il s'agira dans notre cas du patient malentendant. Il existe différents moyens de l'atteindre.

Les différents canaux publicitaires :



Le courrier ciblé (ou plublipostage) :

Envoyé à votre cible (prospects, renouvellement ou relance), il s'agit de supports tels que les lettres, les dépliants ou les flyers.

- ▶ **Avantage** : supports papier pouvant être personnalisés, et très précisément ciblés (en fonction de la zone géographique et de la tranche d'âge).
- ▶ **À savoir** : un budget de production et de distribution est à prévoir. Pour éviter que le courrier ne soit considéré comme indésirable, il vaut mieux réaliser un envoi sous enveloppe.

Les insertions presse :

Ce sont les publicités sous forme d'encart, dans les journaux ou les magazines spécialisés.

- ▶ **Avantage** : elles peuvent répondre à des besoins spécifiques et permettent de communiquer sur des informations détaillées.
- ▶ **À savoir** : coûts de location d'espace.



La publicité extérieure :

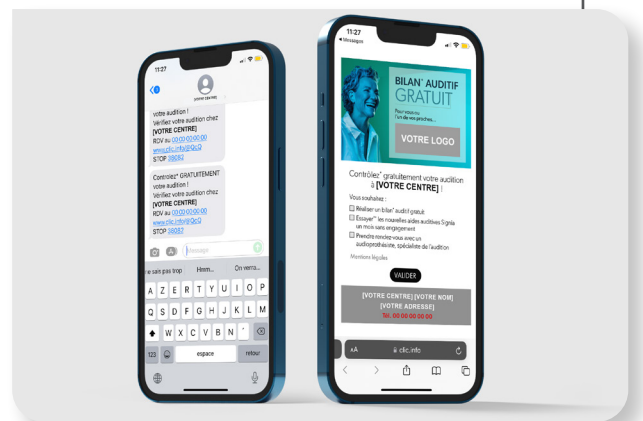
Ici, il s'agit d'affichage, de vitrophanie, ou de stop trottoir. Ce sont toutes les publicités dans les espaces publics.

- ▶ **Avantage** : haute visibilité, exposition constante et large portée.
- ▶ **À savoir** : coût de fabrication et temps limité. Pour se démarquer, les éléments créatifs sont cruciaux.

Le numérique :

Promotion de contenu en ligne, notamment sur les sites web, les moteurs de recherche ou les réseaux sociaux,

- ▶ **Avantage** : résultats hautement ciblés et mesurables, formats publicitaires diversifiés (vidéo sur les réseaux sociaux ou bannière web).
- ▶ **À savoir** : adaptable à différents budgets, mais nécessite de connaître vos canaux digitaux.



Quel que soit l'option choisie, **pour faire votre choix rien de tel que de prendre en compte les avantages et limites.** De plus, en fonction de l'objectif souhaité, un support sera plus adapté qu'un autre. **Au-delà des canaux, établir une stratégie est essentiel afin d'avoir une vision long terme.**

Les différentes stratégies



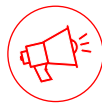
Publicité de marque : elle permet de développer votre notoriété et l'image de votre marque, principalement avec la publicité extérieure.
Avantage : se démarquer grâce à une impression positive et mémorable de votre centre.



Publicité à réponse directe : en encourageant une action immédiate. Par exemple : effectuer un achat, questionnaire de satisfaction...
Avantage : action forte et résultats mesurables.



Publicité sur les réseaux sociaux : pour engager et atteindre un public cible sur les différentes plateformes.
Avantage : interaction avec votre cible pour gagner en visibilité et obtenir de l'engagement.



Marketing de contenu : il consiste à réaliser la promotion de produits ou de services indirectement. Exemple : participer à des événements caritatifs, réaliser des Newsletter...
Avantage : permet de bâtir la confiance et la crédibilité.



Signia vous accompagne !

L'équipe Trade Marketing est disponible pour vous conseiller et réaliser des supports marketing personnalisés selon vos besoins : papier, courrier, numérique, affichage et bien plus encore !

Contactez votre responsable commercial afin de préparer vos actions.

Rendez-vous dans l'ÉPISODE #6 pour comprendre d'autres outils marketing.

L'équipe Trade Marketing
Partenaire de votre succès



signia