



Bruno BINSSE
Simon DALVY
Vincent GAUTHIER
Vincent PARE

Université de Picardie Jules Verne
IUP MIAGE – Bâtiment F
33, rue St Leu – 80039 Amiens Cedex
Tél : (33) 03.22.82.88.00

Résumé du Chapitre 1 et QCM Stratégie de communication



Objectif

L'objectif du document est de rédiger un résumé du chapitre 1 du cours de Stratégie de communication et de réaliser un QCM de 20 questions

Sommaire

Résumé
QCM

Document

Version 1.0
Date du document : 06/09/2010
Editeur : Bruno BINSSE

1. Résumé

Le premier chapitre commence par retracer l'histoire de la publicité. La publicité est née avec Emile de Girardin en 1850. La publicité a beaucoup évolué durant la 1^{ère} moitié du 20^{ème} siècle, et l'arrivée de la télévision y contribue beaucoup.

La 2^{ème} partie répertorie tout les supports de communications (presse, télé, etc.) et donne les caractéristiques de la publicité (but, effets, etc.).

On détaille ensuite les différents types « d'incitation à l'achat » :

- 🔊 Le marketing direct
- 🔊 La promotion des ventes
- 🔊 Sponsoring et communication événementielle
- 🔊 Relation publique et relation presse

La 3^{ème} partie donne le questionnement qui précède toute stratégie de communication, afin de tout mettre à plat, puis on détaille les étapes :

- 🔊 Analyse marketing de l'entreprise
- 🔊 Elaboration des différentes actions de création
- 🔊 Choix des moyens de communication
- 🔊 Contrôle des résultats

2. QCM

Question 1 : A l'origine, la communication financière se développe grâce

- a Emile de Girardin
- aux grands mouvements de fusion
- aux relations publiques
- la segmentation des cibles

Question 2 : Selon ce chapitre, la publicité :

- permet de cibler précisément un acheteur
- demande un effort moindre de la part de l'annonceur
- permet de toucher des audiences de masse
- ne peut pas être contrôlé par l'entreprise

Question 3 : Il existe trois types de marketing :

- ✓ rai
- Fau X

Question 4 : Le marketing direct existe sous les formes :

- Direct vendeur
- Direct de démocratisation
- Direct de qualification
- Direct de sacralisation
- Direct de fidélisation
- Direct de banalisation
- Direct acheteur

Question 5 : Les composantes d'une stratégie de communication sont :

- Quoi, Pourquoi, Qui, Combien, Comment, Quand.
- Quoi, Pourquoi, A qui, Combien, Comment, Où.
- Quoi, Pourquoi, Par qui, Combien, Comment, Quand.
- Quoi, Pourquoi, A qui, Combien, Comment, Quand.

Question 6 : l'analyse marketing de l'entreprise aboutit à :

- une segmentation du produit
- un positionnement du produit
- une mise en valeur du produit

Question 7 : que faut-il entre autre définir pour une stratégie de communication efficace:

- les objectifs
- les coûts
- la marque
- la segmentation des cibles

Question 8 : vers qu'elle année a été inventée la publicité:

- 1782
- 1850
- 1920
- 2010

Question 9 : en 1980, un événement pousse les producteurs à investir dans le marketing :

- la guerre du Golfe
- le développement des outils de communication
- la visite en France du Pape Jean Paul II
- l'augmentation du pouvoir des grandes enseignes

Question 10 : le marketing direct de fidélisation vise à :

- créer des relations suivies avec le client
- attirer les prospects avec des offres spéciales
- proposer des cartes de fidélité à ses clients

Question 11 : si le contrôle de résultat échoue, il faut :

- réajuster les objectifs
- choisir de nouveaux moyens de communication
- effectuer une offre de dotation

Question 12 : qu'est ce qui ne fait pas partie des offres de « dotation » :

- prime directe
- prime différée
- couponing
- vente en lot

Question 13 : qu'est ce qui a pour objectif le recrutement de nouveaux acheteurs et la fidélisation des acheteurs acquis :

- marketing direct vendeur
- marketing direct de qualification
- marketing direct de fidélisation
- aucun des 3 choix

Question 14 : Emile de Girardin a inventé le marketing moderne en 1931 :

- ✓ rai
- Fau X

Question 15 : qu'est ce que le CPM :

- Coût Pour Mille
- Caractère Par Minute
- Certifié Pour Marketing
- Cours Pour Miage

Question 16 : que faut-il faire après avoir défini le rôle de la communication dans la stratégie de l'entreprise :

- centrer les objectifs
- préparer un bilan comptable
- inscrire les objectifs dans la durée
- boire un café

Question 17 : que signifie CRM en français :

- Gestion de la Relation Client
- Gestion des Relations Publiques
- Développement de la Communication
- Capitalisation des Relations Clients

Question 18 : la communication événementielle date de 1931:

- ✓ rai
- Fau X

Question 19 : comment définir les relations publiques :

- un ensemble de techniques
- une marque et de multiples publics
- une communication par l'intermédiaire de la presse

Question 20 : la marketing moderne fait son apparition aux Etats-Unis avant la France :

- ✓ rai
- Fau X