

LA COMMUNICATION COMMERCIALE

La communication commerciale regroupe l'ensemble des actions de communication entreprises dans le but de favoriser la commercialisation d'un produit ou service.

Les formes de la communication commerciale

La communication commerciale est généralement divisée en :

- **Communication médias ou communication publicitaire** : la publicité, c'est toute forme de communication entreprises sur les 6 grands média publicitaires (la télévision, la presse, l'affichage, Internet, la radio, le cinéma) ;
- **Communication hors-médias** : comprends toutes les autres formes de communication (parrainage, relations publiques, événementiels...).

Exemples :

- ⇒ Sponsoring
- ⇒ Promotions sur les lieux de vente
- ⇒ Relations publiques
- ⇒ Marketing direct (publipostage, flyers, télémarketing, etc.)

Les objectifs de la communication commerciale

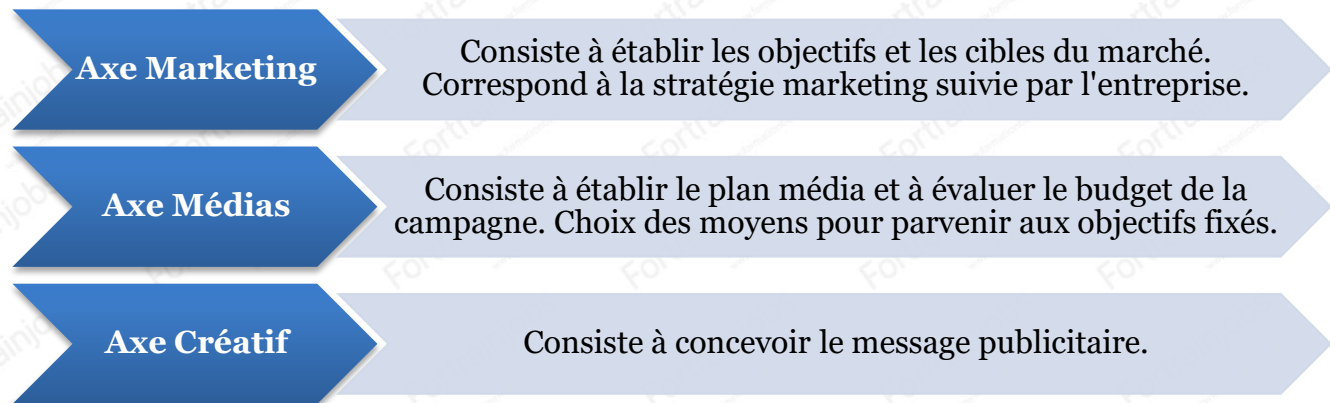
Pour s'inscrire dans la stratégie marketing de l'entreprise, la communication commerciale doit viser ces 3 objectifs :

- **Cognitif** : faire connaître l'entreprise, ses produits et ces services ;
- **Affectif** : faire aimer l'entreprise, ses produits et ces services ;
- **Conatif** : faire agir, c'est-à-dire faire inciter à la consommation.

L'entreprise doit adapter sa stratégie de communication à la cible visée.

Le plan de communication

Le plan de communication d'une entreprise passe par trois axes :



Le cahier de charge est un document qui représente le plan de communication. Il est conçu en fonction des cibles visées.

Le suivi de la mise en œuvre du plan de communication passe par la conception d'un tableau de bord de suivi.

Exemples d'indicateurs de tableau de bord :

- ⇒ CA
- ⇒ Part du marché en valeur / volume
- ⇒ Nombre de référencement d'un produit
- ⇒ Nombre de commandes reçues après une campagne publicitaire
- ⇒ Indice de notoriété spontanée
- ⇒ Nombre de contacts après une campagne publicitaire
- ⇒ Coût d'un contact = $\frac{\text{Budget}}{\text{nombre de contacts}}$