









RÉALISER UNE EXPO PHOTO AVEC TÉMOIGNAGES SUR LE HARCÈLEMENT



SÉANCE 4







AUVERGNE - Rhône Alpes

Quelle est la cible ?

















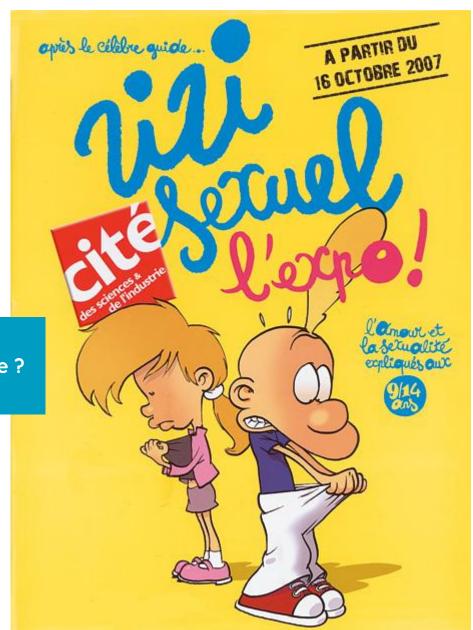
Quelle est la cible ?



andem

EXEMPLE D'EXPO

Quelle est la cible ?









CONCEPTION DÉFINIR LA CIBLE

QUI SONT-ILS?

Âge, sexe, style, profession, secteur géographique, etc.

QUE FONT-ILS?

Passions, activités, Comment consomment-t-ils? Quels médias utilisent-t-ils?

OÙ SONT-ILS?

Local, national, international

QU'EST-CE QUI LES ATTIRE?

Livraison gratuite, réductions, conseils d'experts, prix

QUE FONT-ILS EN LIGNE?

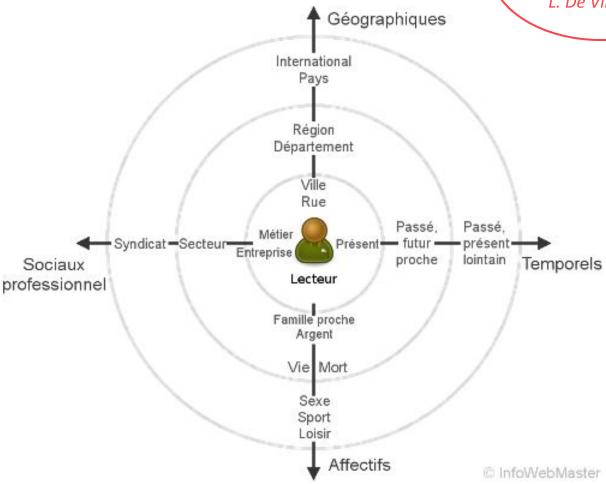
Ordinateur, smart phone, email, recherche, lecture, shopping, etc.



Qui est le public cible ?

LA LOI DE PROXIMITÉ - QUELS SUJETS ME TOUCHENT LE PLUS ?

"Parlez-moi de moi, il n'y a qu'ça qui m'intéresse !" L. De Vilmorin



QUELLE INTENTION? OBJECTIF ET MESSAGE

Quel est l'objectif de communication ?



Que souhaite-t-on que les gens fassent, ressentent, pensent, à la suite de la visite de l'exposition?

Quel est le ton du message ?





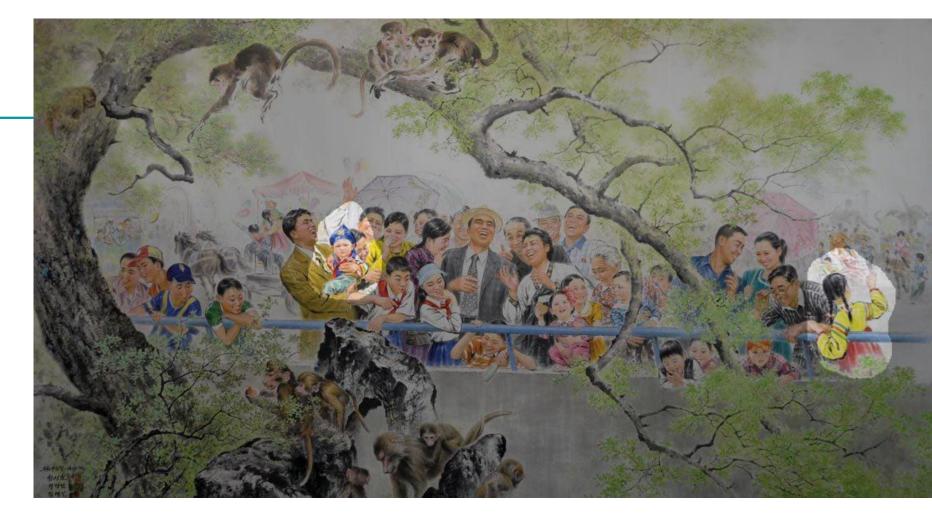


Cherche-t-on à choquer, informer, faire rire (bien pour les jeunes), avoir un impact sentimental avec quelque chose de dramatique, inspirer, dispenser de la bonne humeur?









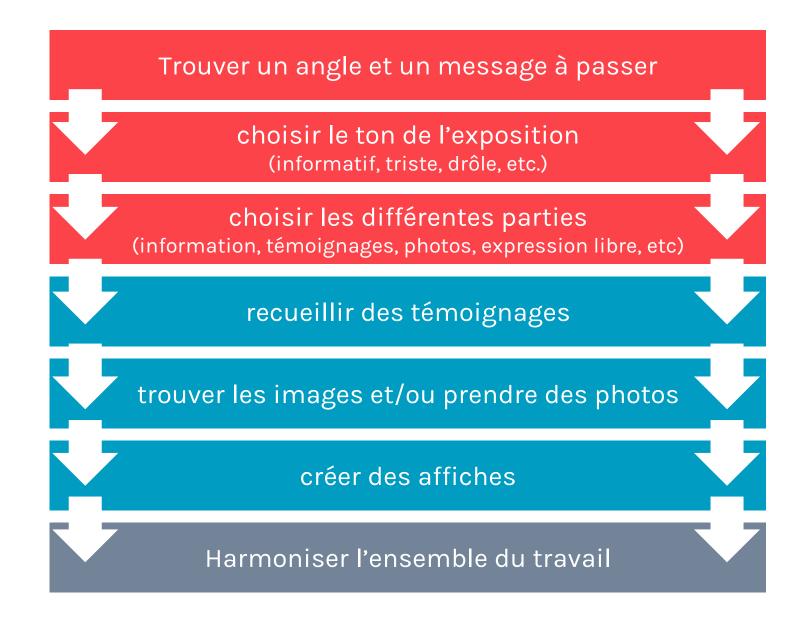
Séance 4

NOTRE EXPOSITION



Notre public cible (les personnes que nous visons avec notre exposition) :	
Pour notre cible, donner des p	wésisione sur
	ron) ?
	miliale (célibataire, marié) ?
	re (masculin, féminin) ?
	uand s'informe t-elle (avec la télé, avec la radio, avec les journaux, sur internet, autre)?
	goûts (musique ? cinéma ? peinture ? livre ?sport ?)
Dans quel(s) but(s) voulons n	ous faire cette exposition ?
→ S'agit-il d'apprendre quelq	ue chose à notre cible ? Si oui quoi ?
-	ingers ? Lesquels ?
→ S'agit-il de faire réfléchir ?	Sur quoi ?
\rightarrow autre ?	
	uire passer ?
ightarrow Que souhaite-t-on que les	visiteurs fassent, pensent, ressentent, suite à la visite de l'exposition ?
Nous aimerions que les visite	ırs
Ce serait bien si suite à notre	exposition les visiteurs
Notre lieu d'expo, ses spécific	ités ?
Surface disposible 2	

QUE FAUDRA-T-IL PRODUIRE?



Les agences de presse











6 AGENCES DE COMMUNICATION

Séance 4

EXEMPLE DE CAMPAGNE



Chaque agence dispose

- > d'un nom
- > d'un logo
- > d'un email associé à un accès aux dossiers dans le Google Drive

(ex: lepubograph@frequence-ecoles.org)

SE CONNECTER AU DRIVE

Aller sur www.google.fr



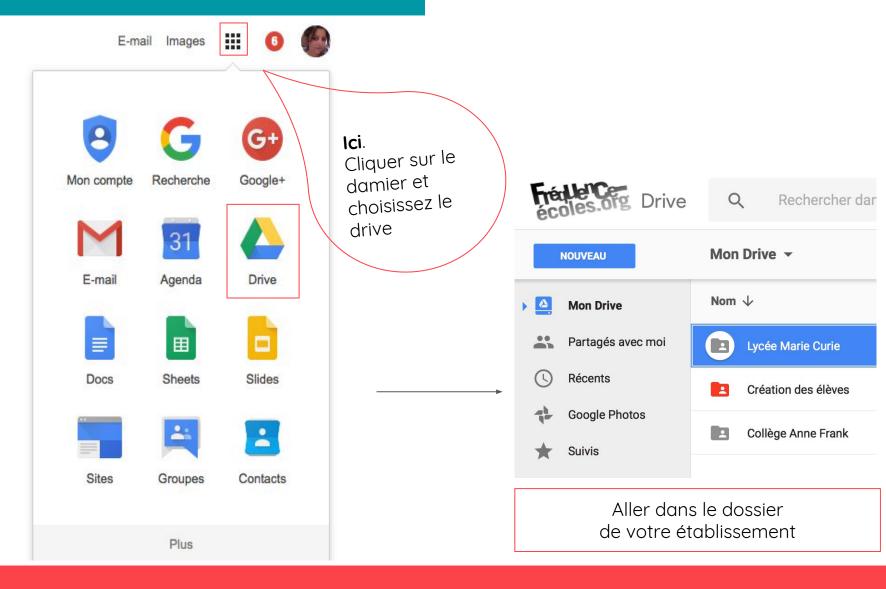


Recherche Google

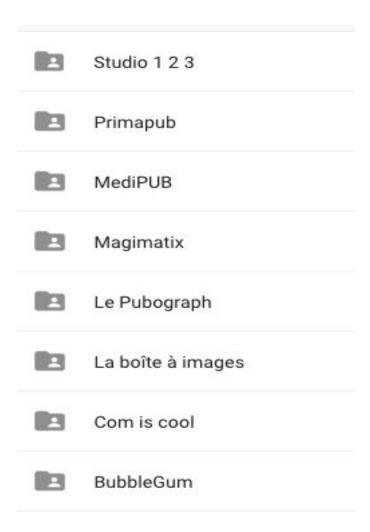
J'ai de la chance



ALLER SUR LE SERVICE "DRIVE"



ALLER DANS SON DOSSIER



Vous utiliserez ces dossiers pour stocker toutes vos productions et travailler à plusieurs sur des fichiers.