



Le nouveau produit étudié :

Comment sont réparties les actions listées entre les trois principaux départements qui interviennent chez l'annonceur, depuis la mise au point d'un nouveau produit jusqu'à son lancement sur le marché :

Département Recherche et Développement	Département Marketing	Département Communication Agences conseil en communication
•	•	•
•	•	•
•	•	•
•	•	•
•	•	•
	•	•
	•	•

Atelier 2 – Qu'est-ce qu'un prescripteur ?

Mon exemple de phrase avec le verbe prescrire :

--

Les grandes catégories de publics pouvant être prescripteurs :

--

De quelle manière un consommateur est-il invité à donner son avis ? A qui cet avis est-il destiné ?

--

A qui s'adressent les produits destinés aux mineurs ? Pour quelles raisons ?

--

Atelier 3 – Promouvoir le nouveau produit

Je reprends le produit choisi sur l'atelier 1 et je réponds aux questions abordées par le département marketing et le département communication :

A quels publics s'adresse ce produit ? (je distingue prescripteur et utilisateur/consommateur) :

--

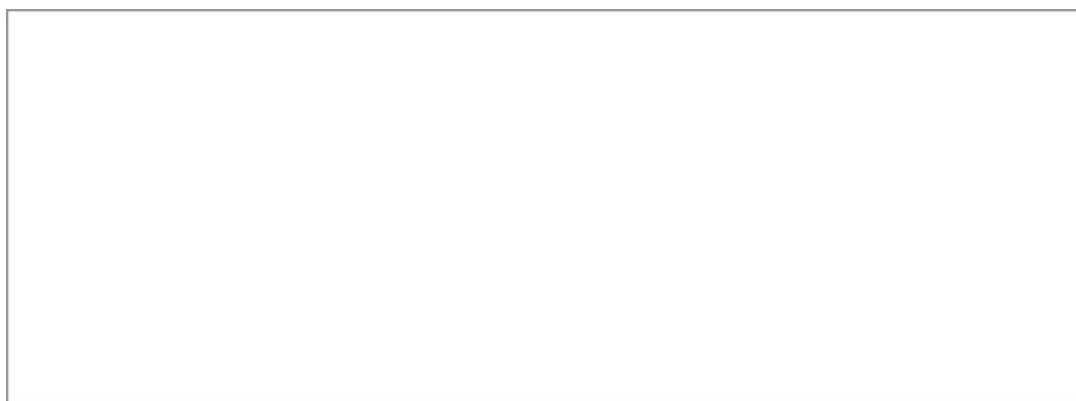
Quels sont les atouts à mettre en avant auprès des publics identifiés ?

--

Quel.s slogan.s avons-nous proposé.s ?

--

Je représente sur un schéma les médias que nous avons décidé de retenir pour bien atteindre ces publics.



Atelier 4 – C’est quoi, un modèle économique ?

1. Gratuit – payant

Je note les produits ou services que nous avons identifiés comme apparemment gratuits :

J’indique les moyens qu’il a fallu réunir pour les fabriquer ou les délivrer :

Et les idées échangées sur ce qui permet de couvrir ces coûts :

Je liste les catégories de dépenses que doit assumer un couple avec deux enfants, toutes les semaines, tous les mois, quelques fois par an.

Descriptif	Fréquence
	Hebdomadaire
	Hebdomadaire
	Hebdomadaire
	Mensuelle
	Mensuelle
	Mensuelle
	Mensuelle
	Annuelle
	Annuelle

Je liste les dépenses que nous avons identifiées pour un magazine, qu'il soit papier ou en ligne, liées à son activité (d'exploitation) et liées à son fonctionnement :

Intitulés
Dépenses d'exploitation
-
-
-
-
Dépenses de fonctionnement
-
-
-

Je surligne d'une couleur les dépenses engendrées par la fabrication des contenus du magazine.

Je surligne d'une autre couleur les dépenses que n'a pas le magazine en ligne.

Je construis le budget d'une journée porte ouverte de sensibilisation aux conduites à risque avec des intervenants, dont certains viennent de loin et qu'il faudra défrayer (indemnité et prise en charge des frais de transport et restauration).

J'indique les revenus que nous avons envisagés pour équilibrer le budget.

Intitulés	Revenus €	Dépenses en €
Communication		
Programme		
Costumes		
Location théâtre		
Collation		
Décors		
Signalétique		

Atelier 5 – Présenter des données : la visualisation

Je reporte dans le tableau ma pratique d'activités face aux résultats de l'étude faite en classe sur les activités pratiquées par les élèves :

		Mes pratiques	Moyenne de la classe	Données caractérisant la classe
Activité la plus pratiquée				Activité qui arrive en tête
Activité qui est le plus souvent citée ensuite				Activité qui arrive en 2ème position
Modalités	Seul En famille Avec des amis			Pourcentages respectifs pour l'activité principale
Sortie associée à l'activité (compétitions, représentations...)				Pourcentage par type de sortie
Fréquence				Moyenne de la classe
Durée				Moyenne de la classe

La représentation qui nous a été confiée :

Je dessine l'illustration ou le schéma que nous avons réalisé pour représenter la partie de l'étude qui nous a été confiée :

Discussions – Débats

Discussion conduite en classe, sujet :		
Arguments développés	Je suis d'accord	Je ne suis pas d'accord
Conclusion de la classe		

Synthèse sur Du nouveau produit jusqu'au consommateur, qui fait quoi ?

Ce que j'ai trouvé le plus utile	Ce que j'ai envie de changer dans ma manière de faire