



MODULE
> COMMUNICATION



THÈME 6
> COMMENT COMMUNIQUER AVEC UN MINIMUM DE BUDGET ?



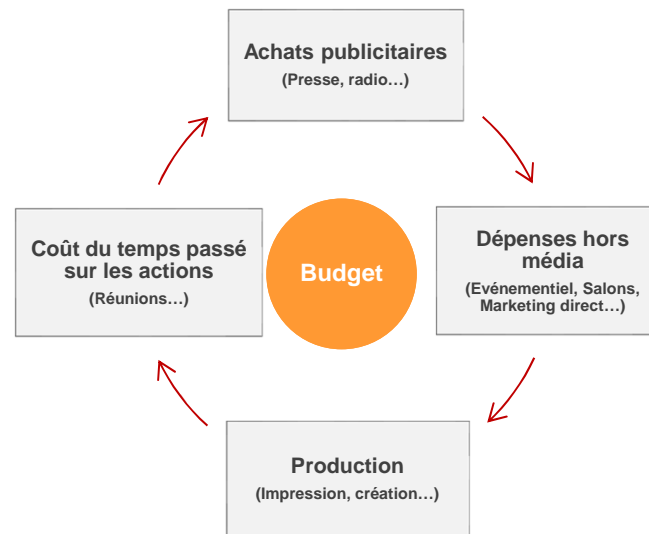


SOMMAIRE

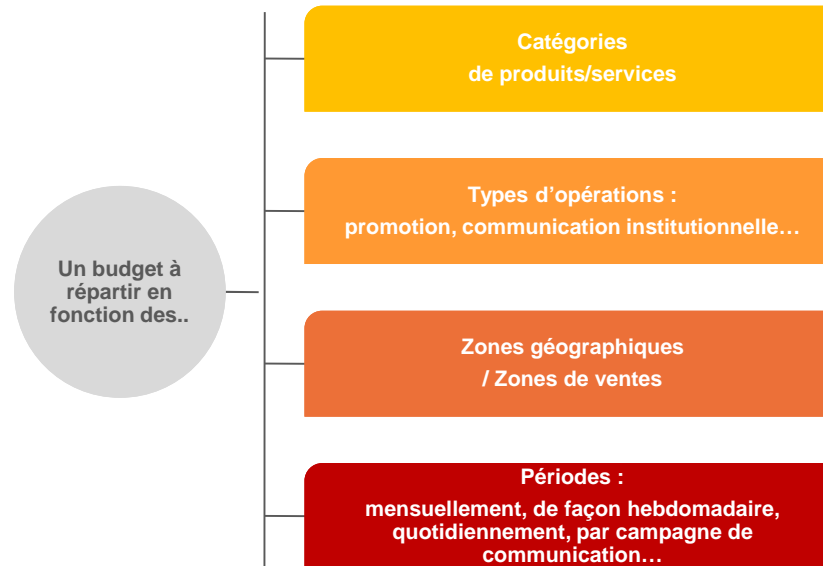
1. **Que comprend le budget ?**
2. **Comment répartir son budget ?**
3. **Méthodes pour déterminer son budget**
4. **Quelques supports de communication à faible coût**
5. **Points à retenir...**



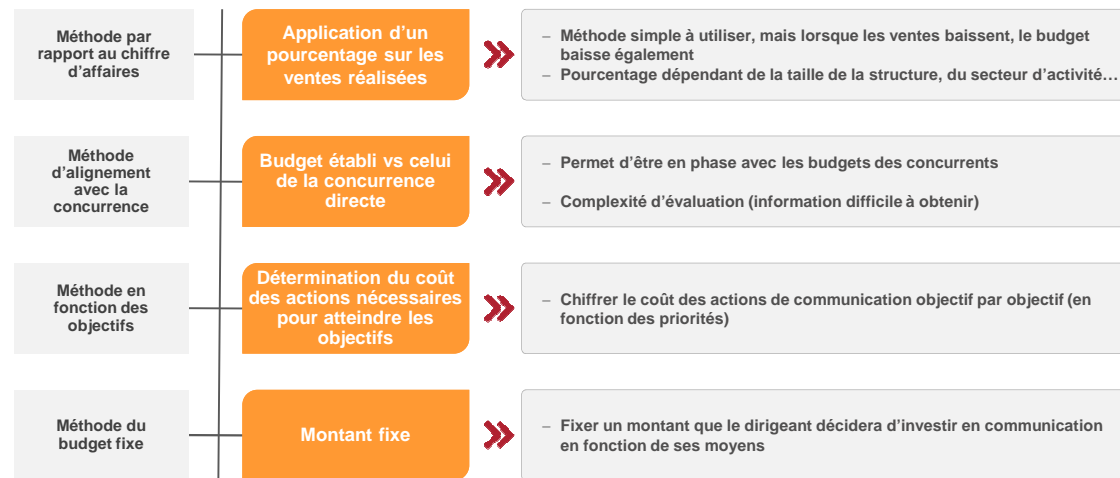
QUE COMPREND LE BUDGET ?



COMMENT RÉPARTIR SON BUDGET ?



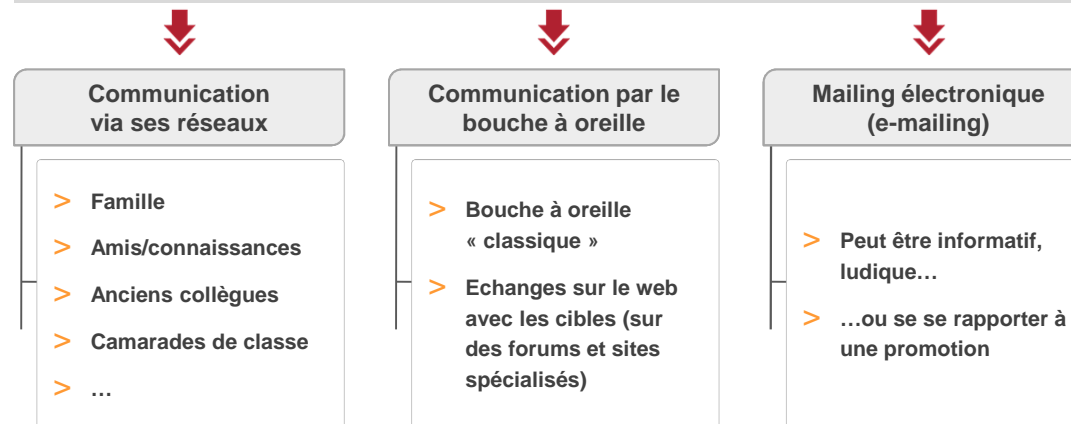
MÉTHODES POUR DÉTERMINER SON BUDGET



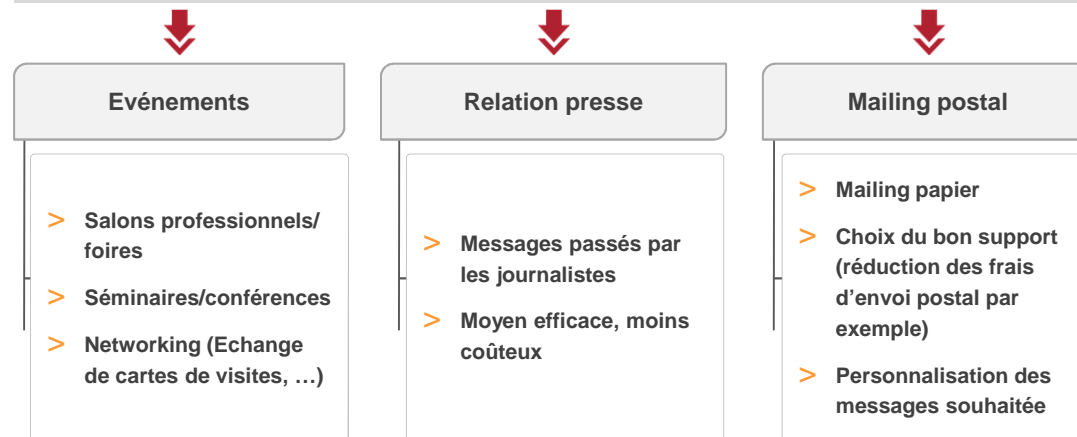
Quelle que soit la méthode utilisée, le budget se doit d'être flexible.
 Conseil : prévoir un petit plus pour faire face aux circonstances exceptionnelles.



Communication avec ODH



Communication à moindre coût



Communication à moindre coût

Réseaux sociaux

- > Facebook
- > LinkedIn
- > Twitter
- > Instagram
- > Pinterest
- > ...

Flyers/prospectus

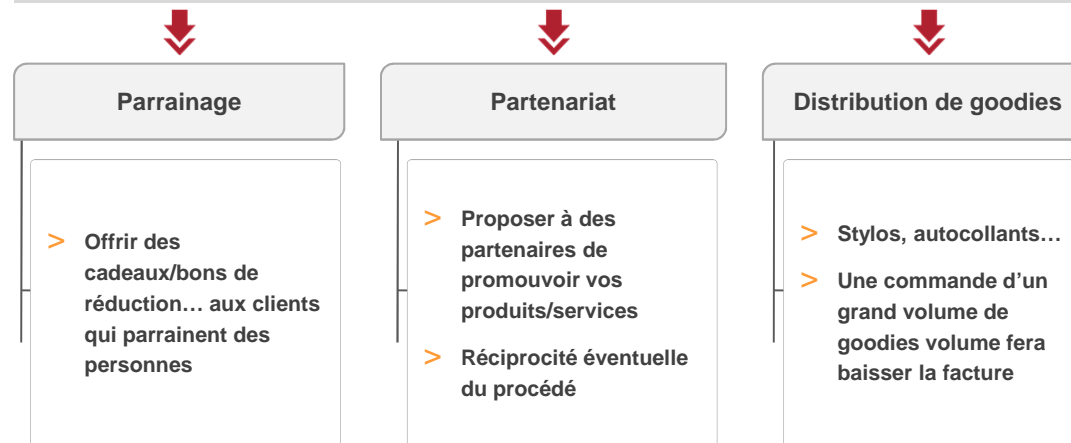
- > Coût de production et de distribution relativement raisonnables
- > Distribution en masse
- > Distribution à cibler selon produits/services
- > ...

Affichage

- > Panneaux/affiches dans et aux alentours des points de vente
- > Décoration spécifique pour attirer
- > Affichage sur le (s) véhicules de l'entreprise
- > ...



Communication à moindre coût



Communication à moindre coût



Inscription dans les annuaires

- > Papier
- > Electronique



Phoning

- > Communiquer pour obtenir un RDV, réaliser une vente, trouver des prospects
- > Peut compléter le mailing postal ou le e-mailing



POINTS À RETENIR...

Eléments à prendre en compte	Structure et répartition	Méthodes pour déterminer son budget	Quelques supports
<ul style="list-style-type: none"> > Cibles > Phases du produit/service > Chiffre d'affaires > Taille du marché > Contact direct client-personnel > Montants à investir > Concurrence (ses dépenses en communication) 	<p>Le budget comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Achats publicitaires > Dépenses hors médias > Production/création > Temps consacré aux actions <p>Il peut être réparti selon :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Catégorie produits/services > Types d'opération > Zones géographiques > Périodes > ... 	<ul style="list-style-type: none"> > En pourcentage des ventes > Montant fixe > Budget aligné à celui de la concurrence > Selon les objectifs 	<ul style="list-style-type: none"> > Communication à 0 DH <ul style="list-style-type: none"> - Réseaux - Bouche à oreille - ... > Communication à faible coût <ul style="list-style-type: none"> - Evénements - RP - Flyers - Affichage - Partenariats - Réseaux sociaux - ...

