

CLIENT ANNONCEUR : DEMECO
FAIT PRINCIPAL

Face au développement des artisans et petites entreprises de déménagement communiquant notamment par le biais des petites annonces, DEMECO lance une campagne publicitaire.

PROBLÈME À RÉSOUDRE

Grande entreprise de déménagement, DEMECO n'est pas perçue comme une entreprise de proximité à l'écoute des clients.

OBJECTIF PUBLICITAIRE

Revaloriser les qualités de service auprès des particuliers.

STRATÉGIE CRÉATIVE

PROMESSE

Demeco comprend et s'adapte à toutes les situations, même les plus incongrues.

CIBLE

Grand public, homme/femme.

TON

Complice.

MÉDIAS ENVISAGÉS

Affiches 4 x 3, spot TV.

LA DEMANDE

Vous proposerez un ensemble de recherches répondant à la stratégie créative, esquissées et brièvement argumentées, témoignant d'orientations multiples. Vous organiserez ces recherches afin de mettre clairement en évidence la cohérence et le cheminement de votre démarche.

Rappel : il ne s'agit pas ici de procéder à des mises au point de solutions définitives.

PRÉSENTATION

Vos recherches seront présentées sur des feuilles numérotées de format A3.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Pertinence des propositions en regard de la stratégie créative.
- Diversité, originalité et richesse des propositions.
- Efficacité des moyens graphiques.
- Lisibilité de la démarche.

Ordinateur et photocopieur ne sont pas autorisés.

Les candidats ne sont pas autorisés à quitter la salle d'examen pendant le temps du repas.

Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation que les catalogues de lettres transfert et/ou photocomposition

BTS COMMUNICATION VISUELLE		
Session 2002	Durée : 16 heures (8 x 2)	Coefficient 3
Code : CVDC	Démarche créative : Publicité	Page 1/2

