

Leçon 5 : Entraînez-vous à identifier les caractéristiques qui rendent la désinformation crédible

Activité : Création de campagnes de publicité numérique

La publicité numérique a transformé la façon dont les marques se connectent à leur public. En tant que consommateurs critiques (et potentiellement futurs annonceurs !), il est crucial de comprendre et d'utiliser efficacement les différentes stratégies de publicité numérique. Cette mission vise à vous donner une expérience pratique dans la création d'une campagne de publicité numérique pour une entreprise détaillée dans ces [études de cas](#).

Tâche : En binôme, vous devez agir en tant qu'agence de publicité numérique. Votre tâche consiste à créer une campagne publicitaire numérique complète pour une entreprise fictive proposée dans votre étude de cas. La campagne doit aborder le problème auquel l'entreprise est actuellement confrontée et doit s'aligner sur les valeurs de sa marque et son public cible. Vous présenterez votre campagne publicitaire numérique unique à la classe.

Intention : Le but de cette mission est de s'engager dans une réflexion créative et critique pour développer une stratégie de publicité numérique ciblée. Vous utiliserez des techniques telles que la publicité ciblée, le reciblage, la publicité native, le marketing d'influence, le placement de produit, le SEM, le marketing par e-mail, le contenu de marque et la gamification.

Critères:

Votre campagne de publicité numérique doit aborder les points suivants :

- **Thème de la campagne :** le thème général de votre campagne publicitaire. Comment cela s'aligne sur les valeurs de la marque, le public cible et le problème auquel l'entreprise est confrontée.
- **Descriptions des annonces :** descriptions détaillées de chaque annonce de votre campagne, y compris les deux exemples d'annonces que vous avez créés et des explications pour le reste. Discutez du contenu, de la conception et du but de chaque annonce.
- **Techniques publicitaires :** les techniques de publicité numérique utilisées dans votre campagne et pourquoi ces techniques sont adaptées.
- **Sélection de plate-forme :** les plates-formes numériques sur lesquelles vous avez choisi d'afficher vos annonces et fournissez une justification pour chacune.
- **Engagement du public cible :** comment votre campagne et vos publicités sont adaptées pour interagir efficacement avec votre public cible.

- **Résolution du problème** : comment votre campagne aborde et vise à résoudre le problème de l'entreprise. Fournissez des explications logiques et des résultats potentiels.
- **Considérations éthiques** : les implications éthiques de votre campagne publicitaire et la manière dont vos stratégies de campagne pèsent le pour et le contre et s'alignent sur les attentes éthiques.

Choses à considérer :

- **Création de contenu** : vous devez créer des annonces, y compris une copie et une mise en page numérique pour deux annonces numériques afin de fournir un échantillon à votre « client » et décrire simplement le reste.
- **Choix des plateformes** : les annonceurs choisissent les plateformes en fonction du public cible, de la nature du contenu, ainsi que de la portée globale et de la démographie de la plateforme. Certaines plateformes sont plus adaptées à certains types d'annonces et à certaines données démographiques cibles.
- **Aborder les considérations éthiques** : les considérations éthiques peuvent inclure des questions de confidentialité des données, de transparence de la publicité native, d'effets négatifs potentiels du reciblage, de pertinence du contenu pour le groupe démographique cible, etc. Réfléchissez toujours à la manière dont vous équilibrez l'efficacité de votre campagne avec les normes éthiques de la publicité.
- **Format** : La présentation doit être visuellement attrayante. Utilisez des diapositives pour présenter les exemples d'annonces que vous avez créés et pour résumer les points clés de votre stratégie de campagne. Vous pouvez utiliser des outils comme PowerPoint, Google Slides ou d'autres logiciels de présentation.
- **Contenu de la présentation** : Commencez par présenter l'entreprise fictive et le problème auquel elle est confrontée. Ensuite, expliquez le thème général de votre campagne et présentez vos exemples d'annonces. Ensuite, détaillez vos techniques publicitaires, la sélection de plate-forme, les stratégies d'engagement du public et la manière dont votre campagne résout le problème de l'entreprise. N'oubliez pas d'aborder les considérations éthiques et d'expliquer pourquoi les avantages de la publicité numérique l'emportent sur les inconvénients pour l'entreprise pour laquelle vous créez la campagne.
- **Style** : vos annonces et votre présentation doivent être professionnelles et bien répétées. Parlez clairement et avec assurance. N'oubliez pas que vous agissez en tant qu'agence de publicité présentant votre campagne à un client, alors soyez persuasif.



Veillez vous assurer que vous êtes inscrit pour un compte d'enseignant KBI gratuit si vous utilisez ces ressources. Cela nous aide énormément et permet au programme de rester gratuit pour les enseignants.