|  |
| --- |
| Chapitre 13 - Communication commerciale QCM |
| **Questions** | **Avant** | **Réponses** | **Après** |
| Question 1La communication sur les produits de l’entreprise s’appelle |[ ]  Communication professionnelle |[ ]
|  |[ ]  Communication institutionnelle |[ ]
|  |[ ]  Communication personnelle |[ ]
|  |[ ]  Communication commerciale |[ ]
| Question 2La communication commerciale concerne |[ ]  Les valeurs de l’entreprise |[ ]
|  |[ ]  Les produits de l’entreprise |[ ]
|  |[ ]  Le groupe de l’entreprise |[ ]
|  |[ ]  Les groupes institutionnels |[ ]
| Question 3Quelles sont les étapes indispensables avant de lancer une campagne de communication |[ ]  Définir la cible |[ ]
|  |[ ]  Avoir l’accord du service recherche et développement |[ ]
|  |[ ]  Faire un test de la campagne |[ ]
|  |[ ]  Définir le budget |[ ]
| Question 4Quelles sont les éléments communs à une publicité visuelle  |[ ]  Une accroche |[ ]
|  |[ ]  Un slogan |[ ]
|  |[ ]  Un logo |[ ]
|  |[ ]  Une image |[ ]
| Question 5Un slogan est plutôt attaché |[ ]  À un produit |[ ]
|  |[ ]  À une entreprise |[ ]
|  |[ ]  À un service |[ ]
| Question 6L’accroche d’une publicité correspond  |[ ]  Au texte de la publicité |[ ]
|  |[ ]  À la position de la publicité dans une page |[ ]
|  |[ ]  À la taille de la publicité |[ ]
|  |[ ]  Au slogan de la publicité |[ ]
| Question 7Le tableau récapitulatif des actions publicitaires est appelé |[ ]  Le cahier des charges |[ ]
|  |[ ]  Le plan de communication |[ ]
|  |[ ]  Le plan média ou média planning |[ ]
|  |[ ]  Le tableau de bord |[ ]
| Question 8Les argumentations les plus utilisées dans une publicité concernent |[ ]  L’information |[ ]
|  |[ ]  Les réductions et promotions |[ ]
|  |[ ]  La raison |[ ]
|  |[ ]  L’émotion |[ ]
| Question 9Les éléments qui permettent d’évaluer des actions sont appelés  |[ ]  Des indicateurs |[ ]
|  |[ ]  Des clignotants |[ ]
|  |[ ]  Des boutons |[ ]
|  |[ ]  Des ratios |[ ]
| Question 10L’évaluation d’une campagne de communication doit reposer sur des critères |[ ]  Numériques |[ ]
|  |[ ]  Quantitatifs |[ ]
|  |[ ]  Emotifs |[ ]
|  |[ ]  Qualitatifs |[ ]