

***Licence professionnelle***

***Marketing des Services et Management des Points de  
Vente (MSMPV)***

***Cours :  
Communication commerciale***

**Chapitre 7.  
Les techniques publicitaires modernes**

# Chapitre 7.

## Les techniques publicitaires modernes

A la frontière entre la publicité et le marketing (le marketing digital particulièrement), plusieurs techniques publicitaires se sont développées principalement via le Web. Dans l'impossibilité d'être exhaustif à ce sujet, nous en citerons quelques unes parmi les plus populaires : le « brand content », « le native-advertising », « le street-marketing », « la publicité testimoniale moderne » et « la visite virtuelle ».

### 1. Le brand-content

Appelé aussi « Content-marketing » ou « contenu de marque » en français, le « *brand content* » est « *la mise en avant de son produit ou de sa marque par le biais d'un "storytelling" et de la création d'un univers à part entière. Ce contenu peut être produit en interne par la marque, par une agence de communication ou de contenu, par des freelances ou même par des consommateurs. Cette stratégie a pour but de véhiculer et transmettre les valeurs et la vision de la marque auprès de ses consommateurs. Le but est de toucher de manière intime sa cible afin de créer un lien affectif étroit avec ces derniers. Le brand content c'est créer une véritable culture de marque et générer une expérience forte et unique auprès de vos clients !* »<sup>1</sup>.

Un exemple marocain de brand-content est le cas de la web-série « Switchers » de l'opérateur en télécommunication « Inwi ».

Autre exemple à ce sujet est le cas de l'entreprise « Colgate » qui a créé un contenu éditorial en se dotant d'un site de santé buccale et dentaire.

### 2. native-advertising

Qui signifie littéralement « publicité indigène », désigne « *un type de publicité qui par sa forme, son emplacement et son contenu ressemble et s'intègre fortement aux contenus éditoriaux diffusés habituellement par le site support qui la diffuse. Les publicités sociales de type "Facebooks ads" intégrées dans les flux utilisateurs ou les formats proposés dans le cadre des offres de recommandation de contenus sont des exemples de formats relevant du "native advertising"* »<sup>2</sup>.

Il ne faut pas confondre « native-advertising » et « brand-content ». Si ce dernier s'exprime via l'intégration du contenu d'une marque donnée dans un flux éditorial (à travers la création d'un site internet dédié à la marque donnée), le « native-advertising » ajoute à l'intégration de contenu éditorial, l'engagement du lecteur et donc du consommateur grâce, entre autres, aux données de navigation.

Un exemple de native-advertising, ce sont les modules de recommandations proposés à l'internaute à la fin d'un article, une vidéo, et ce à travers la proposition de liens supplémentaires « pour aller plus loin ».

---

<sup>1</sup> <https://www.marketing-management.io/blog/brand-content-definition>

<sup>2</sup> <https://www.definitions-marketing.com/definition/native-advertising/>

Tout en s'intégrant parfaitement au design et aux informations véhiculées par le site en question, le « native-advertising » peut prendre la forme des fameux « In-feed » (cas, par exemple de l'« In-feed » externe, qui redirige l'internaute vers une page externe qui n'est autre que celle de l'annonceur) ou « promoted listings » (comparatif de produits et/ou services).

### 3. La publicité testimoniale moderne

Comme on l'a cité plus haut la publicité testimoniale se définit comme une : « *technique publicitaire qui consiste à utiliser le témoignage et/ou la recommandation d'un consommateur type, d'un expert, d'une célébrité ou d'un leader d'opinion pour renforcer la crédibilité du message* »<sup>3</sup>.

Dans sa version moderne, la publicité testimoniale a souvent recours au témoignage d'influenceurs-web.

### 4. Le street-marketing

C'est une technique marketing mais aussi publicitaire « *qui utilise la rue et les lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque. Le street marketing utilise généralement l'événementiel, la distribution de tracts ou flyers ou différentes formes originales...* »<sup>4</sup>. Parmi les pratiques du street-marketing adoptées par les entreprises, on a les exemples plus ou moins fantaisistes mais efficaces de McDonald's (« taggage » de son sigle sur un passage piéton) et des barres chocolatées Kit-Kat (réaménagement du design d'un band conformément à celles de ces barres).

### 5. La visite virtuelle

L'intérêt de cette technique publicitaire c'est de permettre au consommateur, grâce à l'exploration virtuelle du produit et/ou service en question, de prendre la bonne décision quant à l'achat ou non de ce dernier.

---

<sup>3</sup> <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Publicite-testimoniale-238750.htm>

<sup>4</sup> <https://www.definitions-marketing.com/?s=le+street+marketing>