

07 12 2017

61^{ème} session de formation du Club de Presse Ooredoo

La publicité expliquée aux journalistes

Dans le cadre de son cycle de formations au profit des professionnels des médias algériens, Ooredoo a organisé, ce jeudi 07 décembre 2017, la 61^{ème} session de formation de son Club de presse au niveau de son institut, sis à Tixeraine (Alger).

La formation intitulée : « **La publicité : un outil de Communication** » a été dispensée par M. M'hamed Bitouri, Docteur en psychologie et expert international en Ressources humaines et en Communication.

Dr. Bitouri a introduit son exposé en rappelant la définition de la publicité, ses objectifs, ses différents outils et ses débuts. Il a ainsi évoqué l'histoire de la publicité depuis l'antiquité où la criée est apparue en passant par le moyen âge jusqu'à notre ère qui connaît l'essor de l'économie numérique.

L'intervenant a, par la suite, exposé les différents supports ou médias utilisés pour les actions publicitaires, telles que les affiches, les prospectus, les spots télévisuels et radiophoniques, le courrier électronique, le parrainage, le mécénat, le sponsoring... etc.

Dans son exposé, le formateur a expliqué que « **la publicité est basée sur la psychologie du consommateur. Une discipline dont l'objectif est de comprendre et d'influencer sa décision d'acheter à partir des signaux qui lui sont envoyés sur la base de son besoin, ses désirs et ses émotions** »



Il détaillera les différentes étapes qui constituent l'élaboration d'un message publicitaire réussi et les éléments qui permettent de mesurer la pertinence et l'efficacité d'une campagne. Il citera à titre d'exemple l'audibilité, le ciblage, la circulation du message, la validité technique et le coût.

Poursuivant sa formation, Dr. Bitouri a expliqué les différentes formes de la publicité en définissant la publicité de marque, la publicité institutionnelle, la publicité collective, la publicité d'intérêt général et la publicité rédactionnelle.

Dans sa conclusion, le formateur a rappelé « **la nécessité pour les professionnels de la Communication, d'attirer et de séduire les opérateurs économiques afin de communiquer tout en les convainquant de l'importance de se faire connaître, de promouvoir leurs produits et de développer leur image.** »

La 61^{ème} session de formation s'inscrit dans la série des formations dispensées par Ooredoo depuis la création de son Club de Presse en 2006. A ce jour, 61 sessions de formation ont été assurées, dont 8 en régions pour les journalistes correspondants.

Biographie succincte de Dr M'hamed Bitouri

Docteur en psychologie et expert à la Banque Mondiale et expert en Communication et en Ressources humaines, il intervient régulièrement en qualité de coach pédagogique pour les doctorants en psychologie à l'Université de la Sorbonne (France), à l'Ecole Française des Attachés de Presse et des Métiers de la Communication (EFAP) ainsi qu'à l'Ecole Supérieure de Management de Paris (EMP).

Le Département des Relations Publiques et Médias

Ooredoo