

الاجابة النموذجية لامتحان التعويضي في مقياس الاتصال
الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة L'Oréal

1. تحليل الوضعية (10.5 نقاط):

- السوق
 - الفرص: النمو المستمر.
 - التهديدات: المنافسة الشديدة، التقليد.
- المؤسسة
 - نقاط القوة: الريادة العالمية. خبرة 100 سنة. 25 علامة دولية وتوزع منتجاتها في 130 دولة. الصورة الجيدة والإبداع.
 - نقاط الضعف: لا توجد معلومات عنها.
- المنتج تعتبر L'Oréal الرائدة عالميا في مواد التجميل. تتمتع بخبرة 100 سنة. لها 25 علامة دولية وتوزع منتجاتها في 130 دولة. تتميز بصورة جيدة وتشتهر بالإبداع.
- المنافسة: لا توجد معلومات عنها.
- المستهلك : نساء من 16 إلى 60 سنة.
- الإستراتيجية الاتصالية السابقة : إعلان في المحلات، إعلان في مجلات متخصصة.
- . الاشكالية : وضع استراتيجية اتصالية قوية للمؤسسة.

2. الحملة الاتصالية (9.5 نقطة):

- الأهداف التسويقية : تطوير المبيعات
- الأهداف الاتصالية : ولاء الزبائن، جذب زبائن جدد
- الجماهير المستهدفة : نساء من 16 إلى 60 سنة، المحلات المتخصصة ومحلات العطور
- للعوائق : العوائق المالية: لا توجد معلومات عنها.
- العوائق القانونية: لا توجد عوائق قانونية.
- الوسائل الاعلامية:
 - الوسائل المرفوضة مع التعليل: الإذاعة والصحف (لا تبين خصائص المنتجات بصورة جيدة).

▪ برنامج الحملة الإتصالية .

الميزانية	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	الوسيلة الاعلامية
											×	×	التلفاز
											×	×	المجلات
										×	×		الأنترنت
								×	×				تنشيط المبيعات
								×	×				التسويق المباشر
											×	×	السينما
											×	×	اللوحات الاعلانية
	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	العلاقات العامة
	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	الرعاية
								×	×				اعلان في المحلات
	حسب برنامج المعرض والصالون												المعارض والصالونات

▪ خاتمة .