



Savoir pour passer à l'action !
Partir en campagne
à la conquête de son marché.



L'OUVRE-BOÎTE

N°6

La communication
au service des
créateurs d'entreprises

Narcisse Niclass

Caractéristiques de l'ouvrage

ISBN 2-88094-009-5
Collection L'Ouvre-Boîte
Format 105 x 150 mm
Prix 9.- CHF
Nbre pages 96

Rayon Librairie :

Actualité - Entreprise

DESRIPTIF

L'essentiel pour mettre en œuvre sa communication d'entreprise. Comment faire sa publicité avec efficacité ?

Cet ouvrage pratique se lit comme un roman. Tous les termes professionnels utiles sont définis simplement, dans le texte.

Une première lecture permet d'entrer rapidement dans le monde de la publicité. Le découpage simple permet de retrouver les points utiles dans le cadre d'un projet de campagne.

Un responsable de PME, un créateur d'entreprise sera vite à l'aise avec le monde de la communication placée sous l'angle du marketing.

Cette nouvelle édition inclut le monde Internet grâce au renvoi à un site complémentaire à l'ouvrage.

Les exemples sont concrets, simples et compréhensibles par les non initiés de la communication.

L'AUTEUR

Narcisse Niclass est un praticien de la communication publicitaire avec plus de 20 ans d'expérience au sein de petites structures.

Il a travaillé sur des dossiers sensibles, importants. Actif au cœur d'un réseau basé sur l'innovation, il connaît bien les préoccupations des PME. Il a été directement impliqué dans des créations d'entreprises et sociétés.

SOMMAIRE

- 1 Dessine-moi un mouton !
- 2 Avant le dessin, les mots
- 3 Attention aux bons amis géniaux !
- 4 Un bateau, c'est d'abord un plan et des devis
- 5 Parlons communication
- 6 L'adéquation avec le marché
- 7 Les six bonnes questions pour sa publicité
- 8 Osons prendre des risques calculés
- 9 Être maître de sa communication
- 10 Les tentations à éviter
- 11 Internet

Ce chapitre se trouve sur Internet à l'adresse suivante: [www.pme-ch.ch], rubrique [formation] sous [en plus]

La saga du papier,
A découvrir au fil des pages

CONCURRENCE

Pas de concurrence directe.

L'approche pratique et sans charabia ou prétention didactique en fait un ouvrage original. Le prix est certainement aussi un argument qui permet un achat spontané.

PUBLIC VISÉ

Les indépendants, les créateurs d'entreprises

Les cadres moyens, les patrons d'entreprises et les responsables publicitaires de petites sociétés

Les étudiants intéressés à la publicité et au marketing, les professeurs de branches commerciales.

ARGUMENTAIRE

- Une lecture facile qui permet d'être rapidement en action.
- Un livre original dans la forme
- Des exemples pratiques et des conseils applicables.
- Une approche qui a fait ses preuves dans la durée. La première édition date de 1988 et des professionnels avertis ont donné leurs avis, remarques et critiques pour cette nouvelle publication.
- La lecture est coupée d'illustrations traitant de l'histoire du papier. Un clin d'œil au bureau sans papier et au développement des technologies de l'information.
- Les liens Internet qui sont proposés permettent de compléter la découverte du monde de la publicité et des arts graphiques comme de la création d'entreprises.
- Une typographie agréable. **Un livre qui se glisse dans la poche et que l'on peut garder sous la main.** Format pratique et sympathique.
- Avec les pressions économiques actuelles, cet ouvrage est d'actualité. La communication est au cœur des débats. Les enseignants peuvent l'utiliser comme base de travail pour mieux faire comprendre les mécanismes de la publicité.
- **L'auteur est disponible pour des exposés et participer à des débats et ateliers.**

