

CONCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE

DATE LIMITE : 26 février 2026

Critères d'évaluation :

Message & Clarté commerciale (28 points)

- Produit/service clairement décrit (10 pts)
- Les bénéfices (ce que le client gagne, ce que le produit lui apporte) sont clairement exprimés, de façon convaincante (10 pts)
- Le message correspond clairement au profil du public cible (langage, ton, besoins), sans ambiguïté (8 pts)

Créativité & Originalité (27 points)

- Originalité du concept / idée / concept visuel : L'idée ou le visuel sort de l'ordinaire, il capte l'attention, il se démarque de ce qu'on voit habituellement (11 pts)
- Impact visuel / esthétisme / mise en scène / design : Le visuel est soigné. Images ou design accrocheur, équilibre des éléments, choix de couleurs harmonieux, bonne composition (11 points)
- Lisibilité & clarté du visuel et du texte (logo, slogan, message) : Texte lisible, taille/contraste adaptés, mise en page claire, visuellement agréable et facile à comprendre. (5 points)

Qualité visuelle & esthétique / Identité visuelle globale (20 points)

- Logo pertinent et reconnaissable : Le logo reflète l'entreprise / le produit, est distinctif, simple et identifiable. (8 pts)
- Cohérence graphique (logo, visuel, couleurs, texte, style) : Tous les éléments graphiques (logo, images, textes) sont harmonisés — même style, même ambiance. (7 pts)
- Qualité de la réalisation & format correct : Fichier net, bonne résolution, format conforme (JPG/PNG/PDF), image non pixellisée ou déformée — support correct pour impression / diffusion. (5 pts)

Pertinence stratégique & justification du choix (15 pts)

- Justification du support choisi (affiche ou vidéo) : L'équipe explique clairement pourquoi elle a choisi ce support, en lien avec le produit et le public cible. (5 pts)
- Cohérence entre visuel/message et public cible : Le visuel, le message et le style sont adaptés au public visé : âge, intérêts, contexte, langue. (5 pts)
- Choix du canal (réseau social ou format de diffusion) : Le canal choisi (ex: Instagram, Facebook, imprimé...) est pertinent pour toucher le public cible ; l'équipe justifie ce choix. (5 pts)

Stratégie écrite / explication (10 points)

- Description du public cible (âge, besoins, motivations) : Profil clair, pertinent, adapté au produit/service, de façon concise et compréhensible. (5 pts)
- Justification des choix marketing (logo, visuel, slogan, support, message) : Chaque choix est expliqué brièvement (1-2 phrases), avec lien logique vers le public cible et l'objectif. (3 pts)

Clarté & présentation du texte (structure, orthographe, lisibilité) : Texte lisible, bien organisé, sans faute majeure, clair et cohérent. (2 pts)

Total : 100 points

CONCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE

DATE LIMITE : 26 février 2026

Guide du concours

1. Chaque équipe doit produire un seul support, au choix :

- Option A : Affiche (statique)
- Option B : Pub numérique (vidéo courte)

Quelle que soit l'option choisie, l'objectif est de présenter votre produit/service à un public cible, en utilisant une communication visuelle et pertinente. Mais quel que soit le support, un logo + un slogan (ou phrase d'accroche) sont obligatoires.

✓ L'affiche — Consignes

- Format : PDF, JPG ou PNG (image de bonne qualité)
- Doit contenir :
 - Un logo (ou nom de l'entreprise)
 - Un slogan ou phrase-acroche
 - Une description claire du produit/service (quel est-il, ce qu'il fait)
 - Un visuel attractif : image, illustration, mise en page soignée

✓ La pub numérique — Consignes

- Une vidéo courte : 20 à 60 secondes
- message clair, visuel lisible, ton adapté à votre produit / public
- y inclure slogan et logo

2. Stratégie (document écrit de 1 page max)

Les équipes doivent rendre un court document expliquant :

- Leur public cible :
 - Vous pouvez décrire votre public cible en répondant à ces 4 questions simples : Quel âge ont vos clients ? Où peut-on les trouver (école, quartier, internet, etc.) ? Quels sont leurs besoins ou leurs intérêts ? Pourquoi seraient-ils intéressés par votre produit/service ?
 - Ex : Notre public cible est composé d'élèves de 12 à 15 ans qui aiment les collations rapides. Ils ont besoin d'un produit simple à manger entre deux cours. Nous visons principalement Instagram et TikTok, car ce sont les réseaux les plus utilisés par cette tranche d'âge.
- Leurs choix marketing (logo, affiche, vidéo, réseaux sociaux) :
 - Expliquez pourquoi vous avez fait ces choix : Pourquoi cette affiche ou vidéo ? Pourquoi ce slogan et ce logo ? Pourquoi ces réseaux sociaux ? 🖱️ Maximum 2-3 phrases par élément.
 - Ex : Nous avons choisi un logo vert parce que la couleur évoque le côté naturel de notre produit. Notre publicité est sur TikTok parce que c'est la plateforme la plus populaire chez les jeunes et notre vidéo utilise un ton humoristique pour attirer leur attention.

Dans le document À remettre au jury :

- **Partie 1** : fournir le liens pertinents et documentation (réseaux sociaux, affiche, logo, etc.)
- **Partie 2** : 1 page maximum contenant les informations essentielles. Des phrases simples