

La campagne publicitaire est une stratégie d'incitation à la consommation ciblant un public particulier. L'objet consommable peut être matériel (bien, produit), immatériel (service, événement), ou institutionnel (la marque elle-même).

La campagne publicitaire se donne pour premier but d'attirer l'attention du client sur le produit ou la marque pour familiariser le consommateur afin d'ammener l'acte d'achat.

En second but, elle cherchera éventuellement à créer un besoin et persuader que le produit répond au besoin, parfois convaincre qu'il le fait mieux que d'autres produits (publicité comparative).

La familiarisation est parfois suffisante à cette fin, un produit dont on a entendu parler ayant souvent préférence, toutes choses égales par ailleurs, à un autre dont le nom est inconnu.

On parle de publicité cognitive (faire connaître), conative (faire bouger, acheter) et affective (faire aimer). Le mot "média" désigne le canal par lequel cette incitation est délivrée : annonce dans un journal , à la radio , sur Internet ou à la télévision, affiche sur la voie publique, etc. La publicité existe depuis plus de 150 ans sous forme d'affiches, de panneaux publicitaires, etc.

Une bonne campagne publicitaire implique plusieurs médiums à la fois: journaux, revue, brochure, catalogue, Internet...