

Argument de vente (Quel est le point sur lequel vous voulez le plus insister pour faire passer votre message?):

Recommandations d'ordre conceptuel (détails importants à inclure dans l'annonce et suggestions concernant la disposition):

Considérations d'ordre local (concurrence, perception des produits canadiens, différences culturelles):

Disposez-vous de photographies à inclure dans votre annonce? Si oui, précisez:

Appel à l'action (Concrètement, comment votre auditoire cible peut-il obtenir plus d'information autrement qu'en assistant à l'exposition? Par exemple, «Communiquez avec la mission». Précisez les adresses et numéros de téléphone.):

Recommandations aux médias (publications, noms et numéros des représentants des médias avec qui communiquer, dimensions, couleur, marchés, secteurs industriels):

Critères et méthodes d'évaluation (Comment prévoyez-vous assurer un suivi et évaluer les résultats de la publicité?):