

Formation au gestionnaire de contenu:

Module BM07: Compétences analytiques

Exercice de groupe:

Travailler en groupes de 4 participants sur l'étude de cas suivante.

En tant que Gestionnaire de Contenu de la société de confiserie "Sugarland", vous êtes responsable de la communication et des relations publiques via les médias numériques. Cela inclut également les analyses nécessaires pour mettre en place une campagne e-Marketing efficace.

À cette fin:

- 1) Essayez de définir les groupes cibles de vos produits et déterminez le profil de l'acheteur.
 - a. De quelles informations avez-vous besoin pour créer le profil de l'acheteur et comment l'obtenir?
 - b. Quelles sont les principales caractéristiques de la personnalité de l'acheteur de la confiserie?

Les persona sont des personnages fictifs généralisés qui englobent les différents besoins, objectifs et comportements observés parmi vos clients réels et potentiels. Ils vous aident à mieux comprendre vos clients.

Pour créer des personnages marketing pour votre entreprise, utilisez les questions suivantes pour vous mettre à la place de



vosre client type et déterminer le rôle, les objectifs, les défis, la société et plus encore. Une personne du groupe devrait demander à un autre en utilisant le questionnaire suivant (hypothèse - vous mangez des bonbons!).

Exemples de questions à poser aux personnes pendant l'interview:

Rôle	<p>1) Quel est votre rôle de travail? Votre titre?</p> <p>2) Comment votre travail est-il mesuré?</p> <p>3) À quoi ressemble une journée typique?</p> <p>4) Quelles compétences sont requises pour faire votre travail?</p> <p>5) Quelles connaissances et quels outils utilisez-vous dans votre travail?</p> <p>6) À qui faites-vous un rapport? Qui vous fait un rapport?</p>
Entreprise/Organisation	<p>7) Dans quelle (s) industrie (s) travaillez-vous?</p> <p>8) Quelle est la taille de votre entreprise (revenus, employés)</p>
Objectifs	<p>9) De quoi êtes-vous responsable?</p> <p>10) Qu'est-ce que cela signifie de réussir dans votre rôle?</p>
Challenges	<p>11) Quels sont vos challenges les plus importants?</p>
Trous d'arrosage	<p>12) Comment apprenez-vous de nouvelles informations pour votre travail?</p> <p>13) Quelles publications ou blogs lisez-vous?</p> <p>14) À quelles associations et réseaux sociaux participez-vous?</p>
Antécédents personnels	<p>15) Décrivez vos données démographiques personnelles (s'il y a lieu, demandez leur âge, s'ils sont mariés, s'ils ont des enfants).</p> <p>16) Décrivez votre formation. Quel niveau d'études avez-vous suivi, quelles écoles avez-vous fréquentées et qu'avez-vous étudié?</p> <p>17) Décrivez votre cheminement de carrière. Comment vous êtes-vous retrouvés là où vous êtes aujourd'hui?</p>



Préférences Commerciaux	18) Comment préférez-vous interagir avec les fournisseurs (p. Ex. Courriel, téléphone, en personne)? 19) Utilisez-vous Internet pour rechercher des vendeurs ou des produits? Si oui, comment recherchez-vous des informations? 20) Décrivez un achat récent. Pourquoi avez-vous envisagé un achat, quel a été le processus d'évaluation et comment avez-vous décidé d'acheter ce produit ou service?
----------------------------	---

Ensuite, essayez de penser qui d'autre peut être votre personnage d'achat. Ne soyez pas surpris si vous découvrez deux ou plusieurs personnalités distinctes émergeant de votre recherche; C'est exactement ce que cet exercice est destiné à découvrir.

1) Étant donné qu'un grand nombre de clients commandent en ligne, comment évaluez-vous le succès de vos activités de marketing en ligne?
une.

a. De quelles informations avez-vous besoin de l'analyse Web?

b. Comment et quelles informations avez-vous l'intention de présenter au
je. Marketing / équipe de vente

ii. Conseil d'administration?

c. Rédiger un court rapport d'analyse Web pour les deux: équipe de marketing et conseil de gestion.