

## e-Marketer Formation:

### Module BM01: Bases du marketing numérique

#### Exercice - Travail sur l'étude de cas

##### Étude de cas:

##### Étude de cas:

En tant que nouveau directeur du marketing numérique de la société de confiserie "Sugarland", vous êtes responsable de l'ensemble de la communication et des relations publiques via les médias numériques. Jusqu'à présent, Sugarland n'a fait que du marketing traditionnel, mais le nouveau directeur estime que ses ventes pourraient augmenter de manière significative si elles étaient plus actives dans le marketing numérique. Votre travail consiste maintenant à convaincre vos autres membres marketing «traditionnels» des hauts potentiels que le marketing digital offre à l'organisation et à leur faire connaître les bases du marketing digital.

##### **À cette fin:**

- 1) Réfléchissez aux différences entre le marketing traditionnel et numérique. Résumer les avantages et les inconvénients que vous voyez
  - a) pour le rôle d'un spécialiste du marketing, en général
  - b) pour votre entreprise / l'organisation pour laquelle vous travaillez (si vous êtes un professionnel)
- 2) Expliquer pourquoi une approche stratégique du marketing numérique est nécessaire.
- 3) Quels sont les éléments clés d'un budget et d'un plan d'action? Rédigez un pour votre équipe dans cette étude de cas.
- 4) Que signifient les tactiques de marketing numérique? Énumérez et expliquez les principales tactiques de marketing numérique à votre équipe.