



E-Marketer training quiz

Module 1: Marketing numérique

1. Complétez la définition du commerce électronique en cochant les cases correspondantes (toutes les bonnes réponses sont en gras)

- a) Le commerce électronique désigne les transactions commerciales
- b) qui sont menées électroniquement
- c) et comprend l'achat
- d) et comprend l'achat et la vente
- e) des biens numériques.
- f) des biens et services numériques.
- g) des biens et services, y compris les biens et services numériques.

2. Il existe différentes possibilités d'effectuer du commerce électronique et de créer de la valeur en ligne. Veuillez indiquer le mode de commerce électronique approprié pour les exemples ci-dessous (toutes les bonnes réponses sont en gras)

	Business-vers-Client (B2C)	Client-vers-client (C2C)	Client-vers-Business (C2B)
Livre-revente privé			
Lieux de marché en ligne			
Boutiques en ligne			
Portails revues			
Concours de photographie client			

3. Que signifie ROI?

- a) Retour sur investissement = (Gain de l'investissement - Coût de l'investissement) / Coût de l'investissement
- b) Retour sur Investissement = Coût de l'Investissement / Gain de l'Investissement
- c) Retour sur investissement = Gain de placement - Coût de l'investissement



Erasmus+



4. Veuillez indiquer quelle fonctionnalité de la liste ci-dessous appartient à Digital Marketing et laquelle appartient au marketing traditionnel (toutes les bonnes réponses sont en gras)

	Marketing traditionnel	Marketing numérique
visant à améliorer les performances de l'entreprise		
interaction mutuelle entre client et entreprise		
orientation client		
en utilisant des canaux de communication bien établis avec un large impact		
communication spontanée et rapide		
réflexion stratégique		
améliorer la réputation en ligne		

5. La liste indique plusieurs objectifs marketing. Choisissez des tactiques de marketing appropriées en cochant les cases.

	Affichage / Publicité de bannière	Email Marketing	Publicité dans les moteurs de recherche	ambassadeurs de la marque / avis clients	campagne virale	Site internet et boutique en ligne
promotion de produits authentiques						
augmenter la visibilité en ligne						
Groupe cible communication						
augmenter la visibilité en ligne au-delà du marché cible traditionnel						



Module 2: Stratégie d'entreprise

1. Le processus stratégique comprend plusieurs étapes. Veuillez mettre les éléments suivants dans le bon ordre en indiquant quelle étape est la première, la deuxième, etc. (une seule réponse est une seule épaisseur dans chaque rangée)

	Première Étape	Seconde Étape	Troisième Étape	Quatrième Étape
Analyses				
Contrôle Stratégique				
Développement Stratégique				
Implémentation Stratégique				

2. Les stratégies d'affaires doivent être mises en œuvre. Veuillez indiquer à quel niveau chacun des éléments suivants appartient? Stratégique ou opérationnel? *

	Niveau stratégique	Niveau opératif
Décision essentielles		
Orientation à court terme		
Solutions compréhensives		
Solutions particulières		
Orientation à long terme		
Décisions en fonctions des situations		

3. Quels éléments constituent une analyse PEST? (épais toutes les réponses correctes)

- a) Facteurs politiques
- b) Facteurs socio-culturels
- c) Facteurs historiques
- d) Facteurs technologiques
- e) Facteurs philosophiques
- f) Facteurs de mode
- g) Facteurs économiques

4. Quels éléments constituent une analyse SWOT? (épais toutes les réponses correctes)

- a) Forces
- b) Menaces
- c) Opportunités
- d) Tendances
- e) Faiblesses
- f) Concurrents



Erasmus+



5. Veuillez indiquer quelle devise fait référence à quelle option comportementale dans la gestion stratégique? (une réponse épaisse d'affiliée)

	comportement pacifique	comportement coopératif	comportement agressif	comportement conflictuel
"Ensemble nous sommes forts!"				
"Nous optons pour nos avantages seulement, voyons jusqu'où nous pouvons aller!"				
"Le marché est ouvert à tous"				
"L'offensive est la meilleure défense"				

6. Quels éléments incluriez-vous dans une stratégie commerciale et un plan d'action? (Épais une réponse d'affiliée)

	Oui	Non
Description de l'historique des affaires		
Description des objectifs envisagés		
Liste des jalons		
mise à jour Analyse de la situation commerciale actuelle		
Plan d'action détaillé		

7. Quels éléments intégreriez-vous dans le plan d'action détaillé d'un e-Marketer? (Épais une réponse d'affiliée)

	Oui	Non
Canal de communication		
Personne en charge		
Montant de l'investissement		
Date d'échéance		
Description de la tâche		
nombre d'utilisateurs		
Objectif		
Retour sur investissement		

Module 3: Gestion des relations et des risques

1. Qui appartient au groupe de parties prenantes? (épais toutes les réponses correctes)

- a) Fournisseurs
- b) Clients et consommateurs
- c) Concurrents
- d) Employés
- e) Entreprises et autres médias

2. À quoi renvoie le terme "marché intérieur"? (épais toutes les réponses correctes)

- a) Les employés sont considérés comme des clients et des fournisseurs.
- b) Les employés sont considérés comme de solides ambassadeurs de la marque.
- c) Le commerce local est considéré comme le marché le plus important pour le commerce électronique.

2. Le processus de gestion de crise comprend plusieurs étapes. Veuillez mettre les éléments suivants dans le bon ordre en indiquant quelle étape est la première, la seconde, etc. (épaisses toutes les bonnes réponses)

	première étape	deuxième étape	troisième étape	quatrième étape	cinquième étape	sixième étape
Notifications et affectations						
Vérifier et évaluer la crise						
Communication et gestion						
Évaluer le niveau de crise de la communication						
Développer et fournir des messages						
Surveiller et fournir des commentaires						

Module 4: Compétences analytiques

1. Qu'est-ce qu'un "acheteur persona"? *

- a) Le personnage de l'acheteur est le meilleur et le plus fidèle client d'un magasinage fréquent.
- b) Le personnage de l'acheteur représente le public cible de l'entreprise ayant en commun un ensemble de caractéristiques similaires fondées sur des informations démographiques, comportementales et géographiques.
- c) Le nom de l'acheteur désigne le compte client dans le commerce électronique.



Erasmus+



2. Qu'entend-on par le terme "parcours client"?

- a) Le voyage du client se réfère au processus d'achat, en commençant par la première impulsion d'achat ou l'intérêt pour le produit jusqu'à une éventuelle conversion dans la phase d'après-vente.
- b) Le parcours client est le processus d'analyse des besoins du client pour le développement futur du produit.
- c) Le parcours du client concerne les canaux de distribution d'un produit et la distance qu'un client doit parcourir pour pouvoir acheter le produit.

3. La collecte de données est la clé d'une analyse des besoins appropriée. Comment les données client peuvent-elles être collectées? (épais toutes les réponses correctes)

Recherchez sur Internet les données client.

- a) Rechercher dans ses propres bases de données les informations pertinentes.
 - b) Affiner la base de données des clients par sondage, suivi de connexion au compte (par exemple, les cookies).
 - c) Acheter des informations et des données auprès d'agences externes.
- Module 5: Digital Marketing Tools

1. Qu'est-ce que le marketing de contenu? Veuillez cocher la bonne définition

- a) Le marketing de contenu consiste à travailler avec des blogueurs et des personnes influentes dans votre secteur pour attirer plus de clients.
- b) Content Marketing est une combinaison de SEO, SEA et PR et implique l'intégration d'un blog dans le site Web de l'entreprise.
- c) Le marketing de contenu sont des campagnes / offres spéciales publiées par des bulletins d'information destinés aux clients récents et liés aux actions des clients.

2. Qu'est-ce que le marketing par e-mail? *

- a) E-Mail Marketing diffuse des informations sur l'entreprise à un groupe de personnes au-delà du marché cible, par ex. par des vidéos dans les médias sociaux.
- b) E-Mail Marketing sont des campagnes / offres spéciales publiées par des bulletins d'information destinés aux clients récents et liés aux actions des clients.
- c) Le marketing par courriel consiste à travailler avec des blogueurs et des personnes influentes dans votre secteur pour attirer plus de clients.

3. Qu'entend-on par "ambassadeur de marque"? (épais toutes les réponses correctes)

- a) Les clients qui examinent vos produits dans votre portail de révision.
- b) Les blogueurs qui examinent vos produits.
- c) Les consultants qui font la promotion de votre produit sur le plan politique.

Quel canal de médias sociaux convient le mieux aux fins suivantes? (épais toutes les réponses correctes)

Facebook LinkedIn Instagram Twitter

Fournir aux parties prenantes de courts messages sur les développements récents.

Distribuer du matériel audiovisuel au-delà du public cible

Attirer des stagiaires et des employés potentiels



Erasmus+



[Facebook](#) [LinkedIn](#) [Instagram](#) [Twitter](#)

Connectez-vous avec les parties prenantes
individuellement
