

I- Activité 1 - Les leviers du Marketing Digital

MARQUE : Adidas

PAID MEDIA		
	Oui : O Non : X	Liens, type de contenus, remarques...
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	O	Twitter, Facebook, LinkedIn, instagram, Youtube
Annonce sur moteur de recherche (Google)	O	<p>ADIDAS:</p> <p>Fondateur : Adolf Dassler</p> <p>Création : 18 août 1949, Herzogenaurach, Allemagne</p> <p>Cours de l'action : ADS (ETR) 172,80 € +0,92 (+0,54 %)</p> <p>20 mai, 17:43 UTC+2 - Clause de non-responsabilité</p> <p>Siège social : Herzogenaurach, Allemagne</p> <p>PDG : Kasper Rorsted (1 oct. 2016-)</p> <p>Nombre d'employés : 57 016 (2018)</p> <p>Revenus : 21,92 milliards EUR (2018)</p> <p>Filiales : 3 Stripes S.A., Five Ten, adidas Canada, Adidas Running, PLUS</p>
Display (Affiche, pub dans magazine...)	O	Flyers, affiche, publicité dans magazine
Article sponsorisé (blog)	O	https://www.google.mg/search?q=article+sponsoris%C3%A9+de+l%27+ADIDAS&tbm=isch&hl=fr&chips=q:article+sponsoris%C3%A9+de+l+adidas,online_chips:foot:nEQCAeJQryl%3D&sa=X&ved=2ahUKEwiyrp_HgfX3AhVL0YUKHettDmMQ4IYoA3oECAEQlw&biw=1265&bih=853
OWNED MEDIA		
Site Internet de la marque	O	<p>Lien :</p> <p>https://www.google.mg/search?q=site+internet+de+l%27+ADIDAS&tbm=isch&ved=2ahUKEwiU6oXXgfX3AhUMmhoKHaCoA9gQ2-cCegQIABAA&oq=site+internet+de+l%27+ADIDAS&gs_lcp=CgNpbWcQAzoGCAAQHhAIUOAHWJRCYN</p>

		NKaABwAHgAgAHDA4gB0EaSAQkyLTE2LjExLjKYAQCGAQGgAQnd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=LiyLYpSbAoy0aqDRjsAN&bih=853&biw=1265&hl=fr
Blog de la marque	O	Lien : https://www.google.mg/search?q=blog+de+l%27+ADIDAS&tbm=isch&ved=2ahUKEwif3dHzgfX3AhVD0YUKHdlwDi8Q2-cCegQIABAA&oq=blog+de+l%27+ADIDAS&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoGCAAQHhAIUNAHWMIByJfJaABwAHgAgAGtA4gBpCySAQgyLTEwLjUuM5gBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=aiyLYh_DopcE2eG5-AI&bih=853&biw=1265&hl=fr
Réseaux sociaux (préciser lesquels)	O	Type de post (infographie, texte, photo...) : Facebook : video, image, texte Youtube : video Instagram : video image, texte. LinkedIn : texte , image, twitter : texte
Newsletter/emailing	O	https://www.contactus.adidas.com/EMEA/ContactUs?country=FR&brand=adidas&language=fr
Vidéo	O	Lien : https://www.youtube.com/watch?v=Rwk5PdpTxSU
EARNED MEDIA		
Influenceurs	O	Nom + lien : en 2018; Alexandra Guérain, https://www.influenth.com/?s=alexcloset
Mention sur les réseaux sociaux	O	Réseau : twitter, facebook
Lien ou mention sur un blog	O	Lien : https://www.adidas.fr/?open-privacy-settings=gdpr&redirect-url=aHR0cHM6Ly93d3cuYWRpZGFzLmZyL2FkaWRhc3J1bm5lcnMvYmxvZy9nYXJkZXItbGUtcnl0aG1l
Avis de consommateurs	O	Liens ; https://www.ma-reduc.com/avis/Adidas.php
Article de presse	O	Liens : https://www.challenges.fr/tag_marque/adidas_42

II- Activité 2: Mise en place d'une stratégie d'Inbound Marketing:

1-les cibles de communication:




- cœur du cible: les sportifs
- cible primaire: les consommateurs
- cible secondaire: vendeurs

2-la concurrence sur leur communication : Toute entreprise doit bien entendu gagner la confiance de ses consommateurs, mais celle-ci est encore plus importante pour les entreprises de services parce que leurs clients leur confient une mission non tangible et dont les résultats se projettent dans l'avenir. C'est pourquoi une relation loyale et à long terme avec ces clients est de plus en plus importante pour gagner un avantage concurrentiel, et celle-ci dépend largement de votre capacité à gagner et à conserver la confiance du client tout au long de son expérience de votre entreprise.

Pourtant, et pour un certain nombre de raisons, construire ces relations peut demander beaucoup de temps et d'efforts. Tout commence par le soin que vous apportez aux nouveaux leads : les attirer vers votre marque, les convertir en clients fidèles, répondre (voire excéder) à leurs attentes... Les entreprises de services sont donc forcées de trouver de nouvelles manières de fidéliser leur clientèle et d'attirer de nouveaux clients.

-le parcours client pour passer à l'acte d'achat : Le [parcours client](#) ou parcours d'achat correspond aux différentes phases par lesquelles va passer l'acheteur avant d'accomplir son acte d'achat.

Il s'agit des trois étapes suivantes :

-  La prise de conscience de son besoin
-  L'évaluation des différentes offres sur le marché
-  Le choix de la solution ou du prestataire (decision)

3-pour augmenter sa visibilité: elle doit renforcer la publicité surtout sur l'internet car la plupart du monde entier sont déjà utilisés les réseaux sociaux .

4-les médias que j'utiliserais ce sont le facebook ,youtube ,instagram

JUSTIFICATION:

-facebook: Elles vont nous permettre de mieux connaître nos clients et nos prospects. Cela nous aidera à mieux orienter et optimiser nos campagnes publicitaires, nos publications, nos fréquences d'envoi

-youtube: **YouTUBE** peut également fournir un espace **pour** votre marque. Cette plateforme vous permet de vous améliorer grâce à la vidéo et à la publicité.

-newsletter: cela permet d'élargir sa visibilité et de renforcer sa notoriété. Vous pourrez ainsi faire connaître votre marque, vos produits, à de potentiels prospects, en utilisant l'influence de personnalités reconnues dans leur domaine.

5-les contenus qu'on mis sur les réseaux sociaux:

Les images et GIF.

Les vidéos et lives.

Les infographies.

Les jeux concours.

Les relais de **contenus** tiers (articles, livres blancs).

Des publications

6-les actions mises en place selon le tunnel de conversation de l'inbound:

Étape 1 : attirer des visiteurs.

Étape 2 : **convertir** les visiteurs en leads.

Étape 3 : transformer les leads en clients.

Étape 4 : fidéliser les clients.

7-les KPI qu'on prend en compte dans la stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion :

Il faut améliorer le taux de conversion, vous devez :

- 🎬 Améliorer le tunnel de vente ;
- 🎬 Améliorer votre expérience client (UX) ;
- 🎬 Faire des promotions ;
- 🎬 Comprendre l'abandon de panier ;
- 🎬 Réaliser de campagne de test A/B ;
- 🎬 Simplifier le processus de paiement ;
- 🎬 Optimiser son site e-commerce en version mobile (mobile friendly) ;
- 🎬 Relancer les abandons de panier.