

Activité 1- Les leviers du Marketing Digital

MARQUE : PUMA

PAID MEDIA

	Oui : o Non : x	Liens, type de contenus, remarques,
SEA	<input type="radio"/>	-Facebook -Google
Annonce sur le moteur de recherche	<input type="radio"/>	PUMA - la marque de sport la plus rapide au monde. Vêtements, chaussures et accessoires pour femmes, hommes et enfants.
Display	<input type="radio"/>	-Vêtement -Chaussure -sac -casquette
Article sponsorisé		

OWNED MEDIA

Site Internet de la marque	<input type="radio"/>	https://eu.puma.com/fr/fr/home
Blog de la marque	<input checked="" type="radio"/>	
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Messenger	<input type="radio"/>	Texte, photo, vidéo
Newsletter/emailing		
Vidéo		

EARNED MEDIA

Influenceurs	<input type="radio"/>	Footballeurs
Mention sur les réseaux sociaux	<input type="radio"/>	Facebook, Messenger
Lien ou mention sur un blog	<input checked="" type="radio"/>	
Avis de consommateurs		
Article de presse		

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

1. Cibles : -cœur : sportifs, aime le déodorant et le bio, aime les produits de marque, tolère les composants du déodorant ;
 -primaire : sportifs, aime le déodorant, tolère les composants du produit ;
 - Personae : âge : 18- 30 ans
 Sexe : masculin et féminin
 Métier : sportif
 Mode de vie : aime le sport, l'hygiène
 Utilise l'internet et les réseaux sociaux
 Habite au alentours du point de vente et partout dans le monde
 Ose la qualité
- secondaire : les gens qui aiment le déodorant.

2. création d'un site, page Facebook, pour attirer les cibles. Proposer une meilleure accueil aux visiteurs pour qu'ils deviennent des prospects ou des leads.

3.Objectifs : avoir 1000 abonnés sportifs : plus on des abonnés plus on est visible, les abonnés sportifs sont le plus conseiller car ils peuvent devenir un ambassadeur après.

4. Facebook, Instagram, twitter car la plupart des cibles sont tous sur ses réseaux ;

Site web pour mieux aborder le produit, pour pouvoir convertir le client ;

Télévision, affichage car ce sont des médias traditionnels très efficace.

5. Facebook, Instagram : texte, image, vidéo

Site web : image, vidéo, texte

Télévision : vidéo