- **SI** les campagnes publicitaires précédentes ont généré un fort engagement sur un canal particulier **ALORS** investir dans des campagnes similaires.

- **SI** les données d'analyse prédictive indiquent que la demande pour un produit particulier diminuera **OU** résultats de rentabilité insignifiante **ALORS** ajuster les niveaux de production et les stocks.

- **SI** la concurrence augmente considérablement dans un segment de marché particulier **ET** investissement rentable **ALORS** ajuster la stratégie de tarification.

- **SI** les retours clients indiquent une demande croissante pour un produit spécifique **ALORS** augmenter sa production.

- **Si** l'analyse du retour sur investissement (RSI) indique un canal de marketing très performant et conforme aux objectifs de l'entreprise, **alors** allouer une part plus importante du budget à ce canal pour les campagnes futures.

- **Si** l'évaluation de l'efficacité de la campagne indique un faible engagement **OU** stratégie de communication spécifique est identifiée comme inefficace, **alors** réajustez les stratégies en affinant la communication pour qu'elle trouve un meilleur écho auprès du public cible.

- **Si** le suivi des dépenses révèle une allocation disproportionnée dans un domaine particulier **ET** les performances de la campagne ne sont pas optimales, **ALORS** ajustez le budget en fonction des performances en réaffectant les ressources aux canaux à fort impact.

- **SI** budgets limités **OU** des contraintes de ressources **ALORS** prioriser les canaux publicitaires les plus efficaces pour maximiser l’impact publicitaire. (Publicité - Planification, Mise en Œuvre et Gestion de Campagnes Publicitaires)

- **SI** une opportunité non exploitée sur le marché **ALORS** ajuster la stratégie marketing pour capitaliser sur cette opportunité. (Stratégie Marketing)

- **SI** analyse du retour sur investissement indique que certaines initiatives marketing ne génèrent pas de valeur aux objectifs fixés **ALORS** réallouer les ressources vers des canaux plus rentable.

- **SI** un commentaire négatif sur les médias sociaux **ET** nécessite une résolution immédiate **ALORS** mettre en place une réponse rapide et proactive pour résoudre le problème.

- **SI** l'analyse de données révèle des tendances positives **OU** des insuffisances dans les performances marketing **ALORS** ajuster la stratégie en conséquence.