

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES GÉNÉRALES
Sessions 2023 – QUESTIONNAIRE ÉCRIT

Date :	07.06.23	Durée :	14 :15 – 16 :45	Numéro candidat :	
Discipline :	Médias	Section(s) :	GMM		

Partie 1

(16p)

1. Expliquez le terme « Chatbots » (2p) et donnez 2 domaines d'utilisation concrets (1p) ! 3p
2. Modèle VUCA. Expliquez « C » - Complexité (donnez 4 arguments) ! 2p
3. Expliquez pourquoi les applications de messagerie instantanée comme WhatsApp, Viber, etc. ne sont ni un média social, ni un réseau social ! 2p
4. Les objectifs d'une politique/stratégie sur les réseaux sociaux.
 - a. De quel groupe d'objectifs sur les réseaux sociaux parle le texte ci-dessous ? 2p
 - b. Citez les 3 sous-catégories d'objectifs qui appartiennent à ce groupe et identifiez-les dans des parties du texte ! 3p

Aujourd'hui, les entreprises sont tenues à disposer d'une présence sur les réseaux sociaux si elles veulent se faire connaître et toucher à un public plus large. En tant que plateforme idéale pour mettre en avant les produits et services d'une entreprise, ces réseaux présentent aussi la possibilité de créer des interactions avec les consommateurs. Les entreprises peuvent utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir leurs produits. En développant une stratégie digitale bien planifiée, les marques peuvent augmenter leur visibilité sur le marché et renforcer le succès de leurs produits et services.

Les réseaux sociaux présentent aux entreprises une possibilité de présenter des contenus attractifs et de montrer leurs produits à un public plus large en utilisant des images et des vidéos qui les montrent sous différents aspects et dans des situations d'utilisation. En plus, le partage de témoignages de clients satisfaits présente une argumentation de crédibilité qui encourage d'autres personnes à essayer et finalement à choisir les produits de l'entreprise.

De plus, les réseaux sociaux sont un bon outil pour favoriser l'introduction rapide de nouveaux produits dans le marché. Les entreprises peuvent publier des promotions accessibles uniquement aux abonnés de leurs comptes de réseaux sociaux, organiser des jeu-concours, présenter des événements intéressants en relation avec les nouveautés ou bien offrir des avantages exclusifs favorisant l'utilisation des applications mobiles.

En pratiquant des publications sponsorisées et en partageant des liens vers leur site d'entreprise sur leurs réseaux sociaux, les marques encouragent les clients à découvrir la globalité de leur gamme de produits.

5. Citez les 4 types des sites sur internet sur lesquels les avis des consommateurs peuvent être exprimés !
Donnez 1 exemple par type de site ! 4p

Partie 2**(27p)****6. Analysez le communiqué de presse ci-dessous !****La société « Calin » lance un nouveau produit !**

Récemment la société « Calin » a lancé un nouveau yaourt à base de fruits 100% biologique. Il est disponible dans des supermarchés à un prix acceptable. Son emballage plait beaucoup à l'équipe de direction de la société « Calin » et va certainement avoir un grand succès dans le public.

Sans composants chimiques, il s'agit tout simplement du meilleur yaourt sur le marché. Le lait provient de plusieurs endroits et est soumis à un contrôle strict de la part du laboratoire. La société « Calin » prévoit de vendre beaucoup de pots de ce nouveau yaourt et envisage que le bénéfice va augmenter cette année.

a. Indiquez 2 points positifs et 2 points négatifs du communiqué de presse « Calin » ! **4p**

b. Corrigez le communiqué et ré-écrivez-le selon vos propositions (6 corrections à faire) ! **6p**

7. Citez 6 occasions/situations pour lesquelles il est optimal d'organiser une conférence de presse ! **3p**

8. Expliquez « Portage » ... **2p**
... et donnez un exemple concret que vous pouvez imaginer ! **1p**

9. Citez et expliquez brièvement les deux outils les plus simples utilisés dans la communication événementielle ! **2p**

10. « L'évènement ne se termine pas avec le départ des invités ».
a. Citez 6 actions qui peuvent être effectuées après un évènement ! **3p**
b. Certaines de ces actions peuvent être retrouvées dans le texte. Indiquez (marquez) 4 de ces actions dans le texte ci-dessous et imaginez les tâches que l'entreprise pourrait effectuer pour réaliser ces actions ! **4p**

Organiser une réception pour les clients d'une entreprise peut être une excellente occasion pour établir des relations durables et rentables avec des partenaires commerciaux, ainsi que des clients existants ou potentiels. L'objectif d'une réception est de procurer un sentiment de bienvenue aux participants qui les met à l'aise et leur fait passer un moment agréable.

Quand l'évènement se termine il est tout de même crucial de respecter certains points plus ou moins détaillés, de se prendre le temps de réfléchir aux heures passées afin de garantir le succès d'une telle organisation. Il est primordial de ne pas « perdre de vue » les invités après l'évènement, mais d'assurer un suivi de tout engagement ou discussion qui a eu lieu pendant la réception.

Il est également important de vérifier si c'était un événement réussi, évaluer l'efficacité afin de pouvoir planifier des événements futurs. Il faut donc effectuer une analyse des résultats de la réception.

La réception des clients est donc une occasion importante pour établir des relations durables et commercialement significatives. En appliquant les analyses nécessaires après la fin de l'évènement, l'entreprise peut s'assurer du succès de l'organisation et créer un impact positif à long terme sur les relations avec les clients et partenaires.

11. Citez 4 éléments/indicateurs avec lesquels l'efficacité d'un plan média peut être mesurée !

2p

Partie 3**(17p)****12. La Copy-Stratégie.**

- a. Citez les trois rubriques qui peuvent être contenues dans une copy-stratégie traditionnelle ! 1,5p
- b. Que veut dire « USP » ? 0,5p
- c. Définissez et expliquez « USP » ! 1p
- d. Quel concept marketing est né de « USP » ? 1p

13. Citez les trois acteurs principaux du secteur de la communication (1,5p) ! Expliquez brièvement (2-3 lignes) leur activité professionnelle (3p) !**4,5p****14. Le profil idéal pour travailler chez un annonceur.**

- a. Citez et expliquez les 3 qualités et compétences requises 3p
- b. Marquez pour chacune des qualités et compétences un passage précis correspondant dans le texte ci-dessous ! 1,5p

Une journée de travail d'un responsable marketing dans une entreprise.

En arrivant au bureau, le responsable marketing consulte ses emails. Il passe en revue les projets qui sont en cours pour définir les tâches prioritaires et, ainsi, planifier son emploi du temps pour la journée.

Ensuite, lors d'une série de réunions avec le directeur général, ainsi qu'avec des membres d'autres services, il discute des objectifs généraux de l'entreprise, du style de la communication, ainsi que des messages et des valeurs que l'entreprise va utiliser à moyen et à long terme.

Afin de bien planifier dans le temps, le responsable marketing passe également une heure à analyser des données de campagnes de communication passées. Il analyse les tendances du marché et les comportements des consommateurs pour s'assurer que les actions futures soient adaptées à l'image et aux valeurs que l'entreprise veut donner et pour développer des plans marketing futurs.

En fin d'après-midi, le responsable marketing se réunit avec ses collaborateurs pour vérifier si les projets en cours respectent les différentes dates-clé qui ont été fixées auparavant, si les objectifs sont atteints ou bien s'il s'avère nécessaire d'adapter certains points de la planification. De même, il sera discuté si les différentes actions en cours et prévues respecteront bien le budget qui a été décidé.

Pour finir la journée, le responsable marketing va vérifier quelles tâches à venir sont prioritaires et se prépare pour les réunions du lendemain.

15. Après vos études, lequel des trois acteurs du secteur de la communication choisiriez-vous pour votre premier emploi en tenant compte des caractéristiques des activités de l'acteur choisi et de votre personnalité ? Expliquez brièvement votre choix !**2p****16. Citez 4 différents jobs du domaine du marketing ou de la communication dans lesquels le statut d'indépendant peut être retrouvé !****2p**