

✓ Correction exercice chapitre 1 – Internet: évolution de la communication

✓ **Partie 1 : Correction**

1. Réponse attendue :

Internet a transformé la communication des marques en la rendant bidirectionnelle. Autrefois, les marques diffusaient simplement leurs messages. Aujourd'hui, grâce au web, elles interagissent en temps réel avec les consommateurs, reçoivent des retours immédiats, et peuvent adapter leurs actions de communication. Cela permet de créer une relation plus humaine et engageante.

2. Réponse attendue :

- **Site web** : pour présenter l'univers de la marque, ses produits et ses valeurs.
Ex : Une boutique de vêtements avec un e-shop bien référencé.
- **Réseaux sociaux** : pour créer de l'engagement via des publications, stories, lives.
Ex : Lancement d'une collection via un live Instagram.
- **Blog** : pour partager des conseils, des articles de fond ou des tutoriels.
Ex : Un article sur "Comment entretenir ses vêtements écoresponsables" sur le blog de la marque.

3. Réponse attendue :

"L'ère de la conversation" désigne une période où les consommateurs s'expriment en ligne : ils commentent, notent, critiquent ou recommandent les marques. Cela oblige les marques à écouter leur audience, à répondre rapidement, à gérer leur image en ligne et à dialoguer de manière sincère et transparente.

✓ Correction exercice chapitre 1 – Internet: évolution de la communication

4. **Réponse attendue :**

Les communautés virtuelles sont des groupes de personnes rassemblées par des intérêts communs (ex : beauté, gaming, écologie...). Elles partagent des recommandations, donnent leur avis et peuvent devenir de véritables ambassadrices des marques. Pour une marque, y participer activement permet de gagner en visibilité et en crédibilité.

✓ **Partie 2 : Correction – Exemple de stratégie pour une marque de vêtements éco-responsables**

Pour développer sa présence en ligne, la marque peut créer un site e-commerce avec une section blog sur la mode durable. Elle peut animer ses comptes Instagram et TikTok avec des contenus engageants (tutos, coulisses, témoignages clients). En rejoignant des communautés Facebook ou Reddit sur la consommation responsable, elle pourra interagir avec un public ciblé. Enfin, en répondant aux avis clients et en collaborant avec des influenceurs éthiques, elle renforcera sa notoriété et la confiance des consommateurs.