

Mots clés : transition digitale ; benchmarking ; site web ; média sociaux ; stratégie digitale

Objectifs pédagogiques :

L'étudiant devra être capable de :

1^{ère} partie : Analyser des tableaux statistiques en calculant des taux de croissances, réaliser des courbes et graphiques à l'aide d'Excel.

2^{ème} partie : Présenter l'entreprise en utilisant un outil en ligne de mind mapping et analyser son environnement global à l'aide de l'analyse SWOT.

3^{ème} partie :

Analyser l'ergonomie du site et son analyse technique. (SEO, contenu, performance et accessibilité).

Réaliser une analyse benchmarking et un positionnement du site par rapport aux concurrents (outil en ligne)

Auditer le site et des réseaux sociaux (outil en ligne)

Proposer une stratégie digitale intégrant les réseaux sociaux, un jeu mobile ou une application mobile.

Résumé

Le cas « les cafés Bondin » est fondé sur la transition digitale d'une entreprise centenaire. En effet, le digital a changé la donne en touchant tous les domaines de l'entreprise que ce soit le processus de décision, le processus d'achat et les processus de comparaison. L'entreprise « cafés BONDIN » est présente sur le canal traditionnel avec des points de vente de franchise et un site Internet. Elle est également présente sur le web mais elle a un besoin croissant de coordonner efficacement ses différentes actions. Elle ne doit plus continuer à aborder le web comme tendance. Ce cas permet de présenter une vision globale d'une stratégie digitale qui soit le véritable reflet de la stratégie de la marque Bondin sur les nouvelles technologies et qui permet d'optimiser l'efficacité et la performance. Il s'agit de proposer une stratégie marketing offrant des réponses adaptées aux nouveaux besoins des clients. Aller à leur rencontre dans leur nouvel univers digital : les réseaux sociaux, les jeux et applications mobiles est indispensable afin de les écouter, dialoguer avec eux et anticiper leurs besoins.

Problématique

Comment mettre les possibilités offertes par le numérique au service de la marque « bondin » et de la relation client. Comment améliorer la notoriété et l'image de la marque, booster les ventes et maximiser la satisfaction de la clientèle des cafés BONDIN dans l'objectif de la fidéliser ?

Outils d'analyse

Annexe 1 : l'importation et exportation du café

Annexe 2 : analyse du référencement du site web

Annexe 3 : analyse du contenu du site web « outil en ligne analyser »

Annexe 4 : analyse de la performance et accessibilité du site web

Annexe 5 : analyse du partage et compatibilité mobile

Suggestions d'animation

Travail par groupe en utilisant un outil collaboratif en ligne, présentation orale sur support numérique. Compétition de la meilleure stratégie proposée.

Webographie:

www.ico.org/new_historical.asp

www.ico.org/trade_statistics.asp

www.cafesbondin.com.tn

www.facebook.com/cafe.bondin/

www.instagram.com/cafe.bondin/

www.youtube.com/user/cafesbondin/

www.site-analyser.com

www.fanpagekarma.com