



SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	5
CHAPITRE 1 NOTORIÉTÉ ET IMAGE DE MARQUE	9
CHAPITRE 2 PRÉSENTATION DES PRODUITS ET SERVICESE	17
CHAPITRE 3 RÉSEAUX SOCIAUX ET E-RÉPUTATION	25
CHAPITRE 4 CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES EN LIGNE	33
CHAPITRE 5 ELEVATOR PITCH : CRÉER UN IMPACT RAPIDE	41
CHAPITRE 6 PERSONNALITÉ NUMÉRIQUE ET BRANDING	49
CHAPITRE 7 DESIGN DE SUPPORTS NUMÉRIQUES	55
CHAPITRE 8 RÈGLES DE CYBERSÉCURITÉ	63
CHAPITRE 9 COMMUNICATION ET POLITIQUE INTERNE	73
CHAPITRE 10 DIRECTIVES ET VALEURS ORGANISATIONNELLES	81
CHAPITRE 11 PROSPECTION NUMÉRIQUE VIA RÉSEAUX SOCIAUX	89
CHAPITRE 12 UTILISATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT POUR LE WEB	97
CHAPITRE 13 AMBASSADEUR DE L'UNITÉ MARCHANDE	105
CHAPITRE 14 RELATION CLIENT DIGITALE	113
CHAPITRE 15 STRATÉGIES DE PRÉSENTATION ADAPTATIVE	119
CHAPITRE 16 COMMUNICATION VERBALE ET NON VERBALE	127
CHAPITRE 17 INFLUENCE ET PERSUASION MARKETING	135
CHAPITRE 18 ADOPTION ET MISE EN OEUVRE DE LA VISION	143
CONCLUSION GÉNÉRALE	151