

I EN AUTONOMIE sur *Apprendre le français avec TV5MONDE*

- Réalisez la série d'exercices « Adloop révolutionne le marketing digital »



<https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/b2-avance/adloop-revolutionne-le-marketing-digital>

Extrait vidéo : Le Journal de l'Économie du 25 septembre 2020, TV5MONDE ©TV5MONDE

II EN CLASSE**1 MISE EN ROUTE**

- Quelle est la différence entre un diffuseur et un annonceur ?
Qu'apporte la start-up Adloop au marketing digital ?
À quoi servent les connecteurs logiques utilisés pour structurer son discours ?

2 BOITE À OUTILS

- Comment prendre des notes à partir d'une intervention orale ?
Complétez votre boîte à outils (page suivante).

3 EN SITUATION !**▶ Activité 1**

- Vous travaillez au service Marketing de l'agence de voyage KIMIA, qui propose des voyages sur mesure. Pour promouvoir ses circuits *tout compris*, KIMIA utilise de plus en plus le marketing digital, mais la direction veut renforcer la rentabilité de ses dépenses publicitaires. Votre responsable vous demande une première étude rapide de la solution Adloop.
1. Écoutez la présentation de start-up *Adloop*, spécialisée en marketing digital et prenez des notes.
 2. À partir de vos notes, vous rédigez un bref compte-rendu de cette présentation, à l'intention de votre responsable.

▶ Activité 2

- Votre entreprise souhaite mettre en place un service marketing digital. Vous travaillez en binômes pour ce projet. Vous faites les recherches sur ce projet et votre collègue envoie une présentation écrite à votre responsable.
1. Faites des recherches sur le marketing digital : https://www.youtube.com/watch?v=X4FVO_nZn5w
 2. Préparez une courte présentation (2 minutes) et enregistrez-la
 3. Partagez votre présentation avec votre collègue
 4. Votre collègue écoute votre présentation, prend des notes et rédige un bref compte-rendu à l'intention de votre responsable



PRENDRE DES NOTES À PARTIR D'UNE INTERVENTION ORALE

<p>► Les relations logiques</p> <p><i>Les connecteurs marquent les relations logiques entre des idées. Ils permettent donc de mieux comprendre un discours (écrit ou oral) qu'on veut prendre en note.</i></p>	<p>Style neutre</p> <p>1) la chronologie 2) 3)</p> <p>=> =< la cause + Ajout d'une idée / la manière ≠ ↳ = l'équivalence</p>	<p>Style oral</p> <p>D'abord... Après... À la fin...</p> <p>.....</p> <p>parce que, car, à cause de, grâce à</p> <p>également</p> <p>par</p> <p>mais</p> <p>par exemple</p> <p>.....</p>	<p>Style écrit</p> <p>D'abord... Après... À la fin...</p> <p>.....</p> <p>et</p> <p>par contre</p> <p>en fait</p>	<p>Style écrit</p> <p>Dans un premier/deuxième/troisième temps... En premier/second/dernier lieu...</p> <p>par conséquent</p> <p>en raison de</p> <p>de plus</p> <p>en fonction de, selon</p> <p>..... cependant en revanche</p> <p>ainsi</p> <p>autrement dit</p>
<p>► Les abréviations</p>	<p>les mots tronqués les signes mathématiques les mots abrégés</p>	<p>la publicité la télévision la moitié augmenter c'est-à-dire donc un en fonction / une recommandation un diffuseur / directement / un investissement quelques</p>	<p>► la ► la ► 1/2 ► ► ↘ ► = ► → ► 1 pb ► en fonct°/ recommanda° ► 1 diffus^r/ 1annonc^r ► directem^t/..... ► qq</p>	
<p>► Organiser ses notes</p>	<p>Après la prise de notes, prendre le temps de regrouper les grandes thématiques avec un code couleur. Identifier les idées principales (en les soulignant, par exemple) et les idées secondaires.</p>			
<p>► Restituer ses notes</p>	<p>Privilégiez les phrases courtes et simples : 1 idée = 1 phrase > 2 ou 3 idées secondaires/exemples/données chiffrées</p> <p>À l'oral, il y a des erreurs de construction plus ou moins admissibles, comme dans la vidéo : « La mesure de si une pub est efficace ou pas efficace » → <i>la mesure de l'efficacité d'une pub</i> « Et donc, ils vont voir dans Facebook, dans Google, est-ce que la pub est efficace » → <i>Ils vont voir si la pub est efficace</i></p>			

► **Activité 1**

VOTRE COMPTE-RENDU (130 À 170 MOTS) :

Adloop, la start-up qui révolutionne le marketing digital
La présentation de la start-up Adloop
.....
.....
.....
.....
.....
.....
La part du marketing digital dans les investissements mondiaux
.....
.....
.....
.....
.....
.....
La mesure de l'efficacité d'une publicité sans et avec Adloop
.....
.....
.....
.....
.....
.....
Les atouts d'Adloop pour les annonceurs
.....
.....
.....
.....
.....
.....