



# E-réputation Mattel

Dans ce défi, il était attendu que vous produisiez une analyse structurée, argumentée et illustrée de la e-réputation de Mattel en France.

## Sur le fond

Ce que l'on attendait des recherches :

Une analyse de la e-réputation MATTEL en FRANCE et pas international, à partir de recherches concrètes (moteurs de recherche, réseaux sociaux, avis en ligne...) La diversité des recherches.

***Bonus : intégration de captures d'écran et/ou mention des sources utilisées.***

Les éléments clés de l'image de marque de Mattel en France sont identifiés (points forts, points faibles) mais aussi son évolution dans le temps, comme avant et après le film par exemple.

L'évaluation de la présence digitale de la marque : réseaux utilisés, niveau d'engagement, cohérence des contenus

Une analyse critique (et non une simple description) et une comparaison avec leur présence à l'international avec MATTEL U.S ou bien même leur présence sous les différentes poupées (Ken, Barbie, Hot Wheel....)

Une comparaison avec la concurrence afin de situer Mattel sur son marché.

On souhaite des exemples concrets et, si possible, des données chiffrées.

***L'objectif n'était pas seulement de collecter des informations, mais bien de les interpréter pour en tirer des conclusions pertinentes.***



# E-réputation Mattel

## Sur la forme

Une attention particulière était attendue sur la qualité du rendu :

- Un document clair, structuré et synthétique
- Une mise en page professionnelle et soignée (type Canva ou équivalent)
- L'intégration de visuels pertinents (captures d'écran, graphiques, exemples de posts...)
- Une lecture fluide avec des titres, sous-parties et une hiérarchisation des informations

On devait clairement percevoir, à la lecture du dossier, un véritable esprit d'analyse.

L'utilisation de l'IA était autorisée, à condition de la citer et de l'exploiter intelligemment, en vérifiant les informations et en les appuyant, lorsque possible, par des captures d'écran ou des éléments concrets.

On attendait une explication des enjeux MATTEL, ce que MATTEL FRANCE cherche à construire comme image, les messages que la marque souhaite véhiculer, la posture qu'elle adopte (ou souhaite adopter) en ligne.

L'objectif était donc d'aller au-delà de la recherche, pour démontrer une compréhension stratégique de la e-réputation de cette marque.