

1. La communication B 2 B exclut toute communication avec l'utilisateur final.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

2. LinkedIn est le seul réseau social permettant de développer une stratégie de communication B 2 B.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

3. L'arme n°1 d'une bonne communication B 2 B est l'*e-mailing*.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

4. La personnalisation est décisive dans l'efficacité de la communication B 2 B.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

5. Une stratégie de *content marketing* repose avant tout sur la production de vidéos.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

6. La politique événementielle est une pratique type de la communication B 2 B.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

7. Les relations de presse n'entrent pas dans le champ de la communication B 2 B.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

8. La finalité du B 2 C est la promotion de la marque et des produits.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

9. B 2 B 2 U signifie :
 - a. *Business to Business to you.*
 - b. *Business to Business to Universe.*

10. La presse généraliste est aujourd'hui non impactante lors d'une stratégie B 2 C.
 - a. Vrai.
 - b. Faux.

Réponses : 1. b. ; 2. b. ; 3. b. ; 4. a. ; 5. b. ; 6. a. ; 7. b. ; 8. a. ; 9. a. ; 10. b.