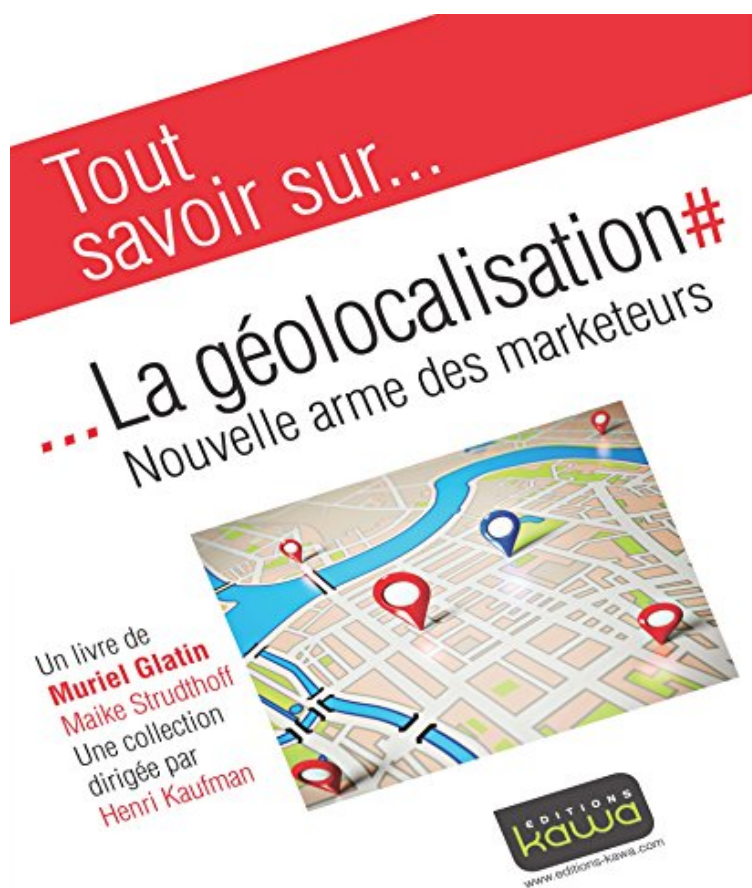


[Read free] File size: 24.Mb

Tout savoir sur... La géolocalisation: Nouvelle arme des marketeurs



Par Maïke Strudthoff, Muriel Glatin
audiobook | *ebooks | Download PDF |
ePub | DOC

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #378761 dans eBooksPubli le: 2014-05-19Sorti le: 2014-05-19Format: Ebook Kindle

[Read free] Tout savoir sur... La géolocalisation: Nouvelle arme des marketeurs

Par Maïke Strudthoff, Muriel Glatin : **Tout savoir sur... La géolocalisation: Nouvelle arme des marketeurs** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Tout savoir sur... La géolocalisation: Nouvelle arme des marketeurs:

 Download

 Read Online

Description :

Présentation de l'éditeurAujourd'hui avec le smartphone, et demain avec les objets connectés, il est possible de positionner précisément un individu. En temps réel et en mobilité. D'abord fonctionnalité technique, la géolocalisation est devenue progressivement un service. Les usages client associés à cette solution sont nombreux et les bénéfices pour l'entreprise multiples. Grâce à la géolocalisation, l'efficacité du mix marketing est améliorée, intégrant désormais les dimensions du temps et de l'espace. Et la connaissance client est enrichie de ces nouvelles (big) data. Mais, comment intégrer la géolocalisation sans en faire un gadget digital, pire une technique intrusive ? Comment faire de cette technologie un véritable service permettant de simplifier le parcours client, de mieux communiquer et interagir avec sa cible et d'adopter une nouvelle manière de promouvoir son actualité commerciale et promotionnelle ? Illustré de nombreux exemples, cet ouvrage dresse le panorama des solutions de géolocalisation, les grands bénéfices pour les entreprises et leurs clients. Les auteurs présentent également le cadre juridique pour une bonne pratique de la géolocalisation et expliquent les facteurs d'acceptation du principe par les internautes. Extraits du sommaire: Partie 1 : Il faut une fois... la

glocalisation Définitions cl Qu est-ce qui a chang ? Que peut-on glocaliser ? Partie 2 : La glocalisation, l'incroyable business Les conditions qui ont fait merger le march Technologie + Audience + Offre = un march fort potentiel Des revenus largement inférieurs aux usages qu'il en est fait Partie 3 : La glocalisation, pour quels usages clients ? La glocalisation, un des usages cl de l'Internet mobile Se glocaliser, pour quoi faire ? Cartographie des situations d'usages de la glocalisation vues par le client Partie 4 : Comment recruter plus de clients et fidéliser mieux grâce la glocalisation ? O en sont les professionnels du marketing ? Quelles exploitations faites par les entreprises des données de glocalisation ? Quels bénéfices marketing associés la glocalisation ? Avis d'expert : La glocalisation marketing au service de la distribution par Franck Rosenthal Avis d'expert : La glocalisation marketing au service des banques par Patrice Bernard. Partie 5 : Les clients sont-ils d'accord pour être glocalisés ? Moi, consommateur, j'attends que l'on me reconnaisse !

Moi, individu, je souhaite que l'on respecte ma vie privée Privacy Paradox ou le... Présentation de l'éditeur Aujourd'hui avec le smartphone, et demain avec les objets connectés, il est possible de positionner précisément un individu. En temps réel et en mobilité. D'abord fonctionnalité technique, la glocalisation est devenue progressivement un service. Les usages clients associés cette solution sont nombreux et les bénéfices pour l'entreprise multiples. Grâce la glocalisation, l'efficacité du mix marketing meilleure, intégrant désormais les dimensions du temps et de l'espace. Et la connaissance client enrichie de ces nouvelles (big) data. Mais, comment intégrer la glocalisation sans en faire un gadget digital, pire une technique intrusive ? Comment faire de cette technologie un véritable service permettant de simplifier le parcours client, de mieux communiquer et interagir avec sa cible et d'adopter une nouvelle manière de promouvoir son actualité commerciale et promotionnelle ? Illustré de nombreux exemples, cet ouvrage dresse le panorama des solutions de glocalisation, les grands bénéfices pour les entreprises et leurs clients. Les auteurs présentent également le cadre juridique pour une bonne pratique de la glocalisation et expliquent les facteurs

d'acceptation du principe par les mobinautes. Extraits du sommaire: Partie 1 : Il était une fois... la glocalisation Définitions cl Qu est-ce qui a chang ? Que peut-on glocaliser ? Partie 2 : La glocalisation, l'incroyable business Les conditions qui ont fait merger le march Technologie + Audience + Offre = un march fort potentiel Des revenus largement inférieurs aux usages qu'il en est fait Partie 3 : La glocalisation, pour quels usages clients ? La glocalisation, un des usages cl de l'Internet mobile Se glocaliser, pour quoi faire ? Cartographie des situations d'usages de la glocalisation vues par le client Partie 4 : Comment recruter plus de clients et fidéliser mieux grâce la glocalisation ? O en sont les professionnels du marketing ? Quelles exploitations faites par les entreprises des données de glocalisation ? Quels bénéfices marketing associés la glocalisation ? Avis d'expert : La glocalisation marketing au service de la distribution par Franck Rosenthal Avis d'expert : La glocalisation marketing au service des banques par Patrice Bernard. Partie 5 : Les clients sont-ils d'accord pour être glocalisés ? Moi, consommateur, j'attends que l'on me reconnaisse !

Moi, individu, je souhaite que l'on respecte ma vie privée Privacy Paradox ou le... Biographie de l'auteur Concombre de formation, Muriel Glatin a d'abord dirigé des départements data marketing pour des sociétés de vente distance. Elle a rejoint ensuite des prestataires marketing services en tant que directrice marketing pour organiser la digitalisation de l'offre. Mixant ses expertises en marketing, digital et data, elle accompagne aujourd'hui les entreprises dans la construction et le pilotage de leur stratégie relationnelle. Elle est, par ailleurs, membre du bureau du Cercle Marketing Direct. Dirigeant la société de conseil MSIC Insights Consulting dédiée aux services mobiles innovants, Maïke Strudthoff accompagne les entreprises pour leur permettre de mieux comprendre les usages mobiles de demain et les opportunités d'innovation. Par ailleurs, elle intervient pour des conférences publiques ou intra-entreprises et monte des ateliers prospectifs.