

Marketing 5.0

La technologie au service du consommateur

Sommaire

| | |
|--|---|
| Figure n°1 Développement inclusif et durable au sein des 17 Objectifs de développement durable | 2 |
| Figure n°2 Bionique : six façons pour la technologie d’imiter les humains..... | 3 |
| Figure n°3 Exemples d’objectifs de marketing piloté par les données .. | 3 |
| Figure n°4 Cadre de la matrice de données | 4 |
| Figure n°5 Exemple de marketing augmenté dans une interface de vente à plusieurs niveaux | 4 |
| Figure n°6 Exemple de fiche de marketing agile | 5 |

Figure n°1 Développement inclusif et durable au sein des 17 Objectifs de développement durable

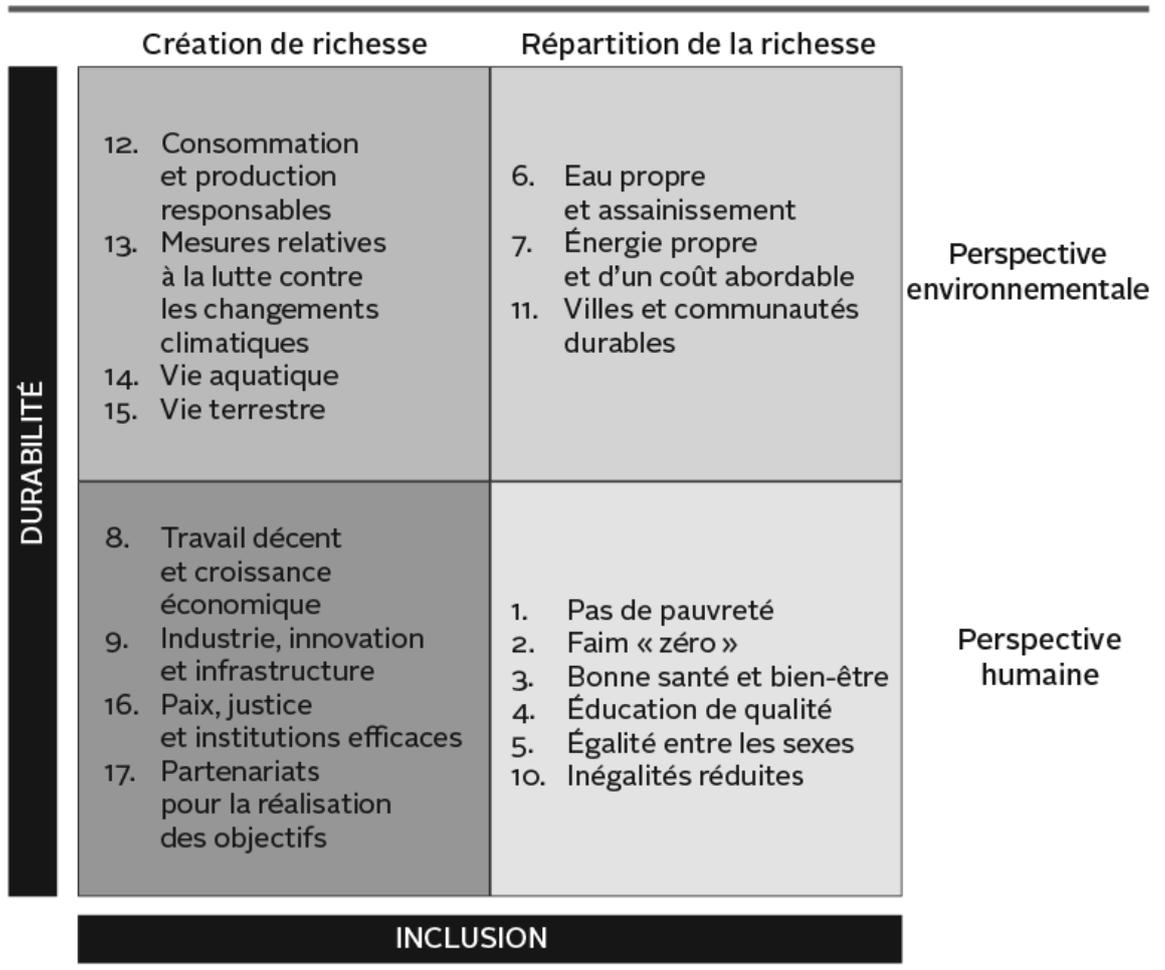


Figure n°2 Bionique : six façons pour la technologie d'imiter les humains

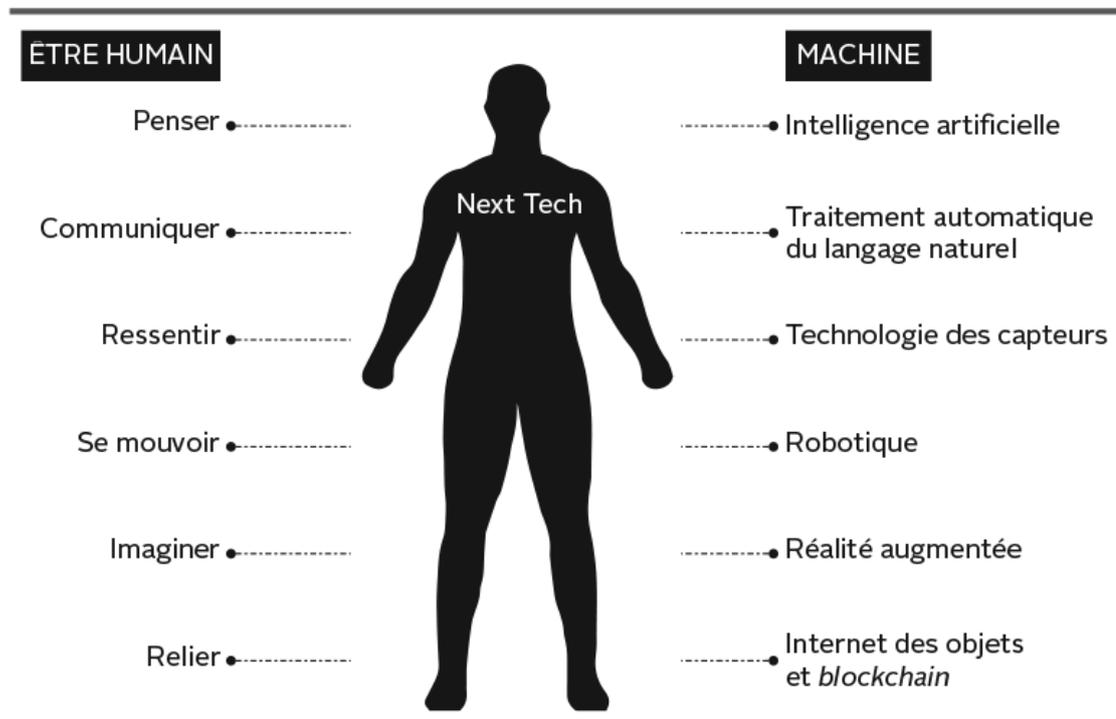


Figure n°3 Exemples d'objectifs de marketing piloté par les données

| QU'OFFRIR ? | COMMENT L'OFFRIR ? |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Découvrir de nouveaux produits et services • Évaluer la demande du marché • Recommander le prochain achat • Déterminer le profil client • Personnaliser l'expérience client • Déterminer le prix idéal d'un nouveau produit • Élaborer une politique de prix dynamique | <ul style="list-style-type: none"> • Cibler et localiser le public cible • Concevoir le message efficace et son contenu • Sélectionner le mix média efficace • Sélectionner les canaux • Établir le profil du client pour générer et qualifier des prospects • Concevoir les niveaux de service client • Identifier le potentiel de plaintes et la chaîne de valeur client |

Figure n°4 Cadre de la matrice de données

| OBJECTIFS | ANALYSES NÉCESSAIRES | SOURCES DES DONNÉES | | | | | |
|--|------------------------------------|---------------------|-------|-----|----------------|---------------------|------------|
| | | Réseaux sociaux | Média | Web | Point de vente | Internet des objets | Engagement |
| Choisir le bon mix média pour les communications marketing | Profiler et cibler le public cible | X | X | X | X | X | X |
| | Cartographier le parcours client | X | X | X | X | X | X |
| | Analyse de contenu | X | | X | | | |
| | Habitudes média | X | X | X | | | |
| | Efficacité de l'inbound marketing | X | | X | X | | X |

Triangulation des données

Objet de l'analyse

Figure n°5 Exemple de marketing augmenté dans une interface de vente à plusieurs niveaux

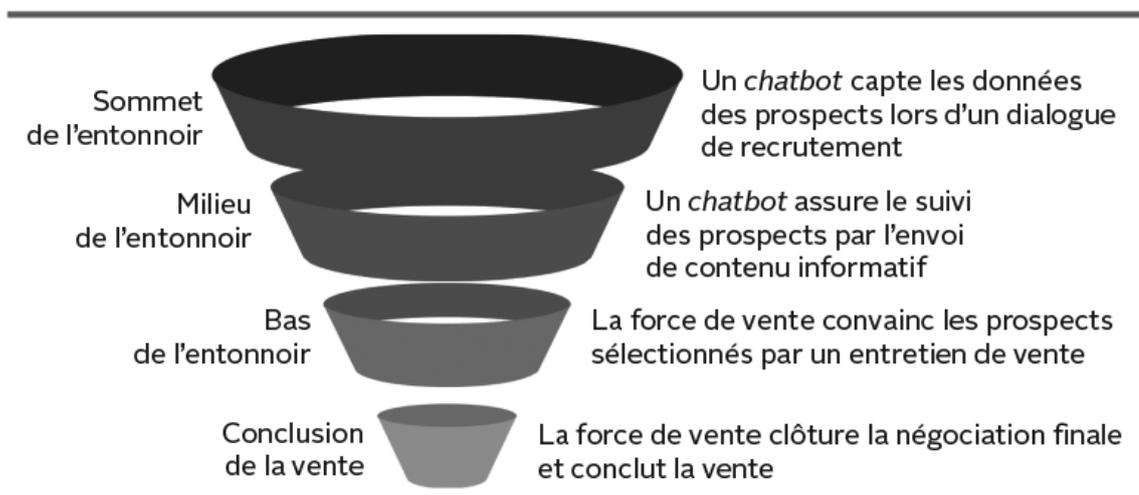


Figure n°6 Exemple de fiche de marketing agile

| FICHE MARKETING AGILE | | | | |
|---|--|--|---|--------------|
| Projet marketing | Réorganiser la CX pour les points de contact des ventes | | ÉQUIPE Lucie (Dpt Ventes) Véronique (SAV) Marc (Dpt Marketing) Lalie (Dpt Télémarketing) | |
| Domaine de travail | Développer un <i>chatbot</i> générateur de leads | | | |
| Phase | 1.0 | Échéance | | Juillet 2022 |
| | | | | |
| Besoins du marché | | Solutions/améliorations | | |
| <u>PROBLÈME CONSOMMATEUR</u> <ul style="list-style-type: none"> • Temps de réponse moyen du site Web – demandes : 48 heures <u>PROBLÈME INTERNE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Demandes internes : 5 000/mois • Personnel administratif : 2 • Leads qualifiés : 500/mois • Type de demandes : 58 % produit, 11 % démonstration | | <u>PRODUIT MINIMUM VIABLE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Basé sur la plateforme de <i>chatbot</i> existante • <i>Chabot</i> conversationnel avec réponse instantanée • Capable de répondre à 50 % des demandes produit <u>OBJECTIFS CLÉS ET INDICATEURS</u> <ul style="list-style-type: none"> • Utilisateurs 1^{er} mois : 1 000 • Leads qualifiés 1^{er} mois : 200 | | |
| Tâches | Quand ? | Où ? | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Comparer et sélectionner la plateforme • Développer réponses FAQ • Concevoir le déroulement des conversations • Créer les scénarios • Développer une version Bêta • Implémenter la version Bêta | semaine 1 semaine 1-2 semaine 2-3 semaine 2-3 semaine 3-4 semaine 4 | Soline Lucie Véronique Marc Soline Soline | | |
| Résultats des tests de marché | | | | |
| <u>OBJECTIFS CLÉS ET INDICATEURS</u> <ul style="list-style-type: none"> • Utilisateurs 1^{er} mois : 500 • Leads qualifiés 1^{er} mois : 50 <u>FEEDBACK</u> <ul style="list-style-type: none"> • Placement du chatbot sur le site Web pas visible • Les visiteurs ne sont pas au courant de l'existence du <i>chatbot</i> • Interactions moyennes par utilisateur : 2,3 ; ajouter ceci aux objectifs clés • Nécessité d'ajouter des cas d'utilisation avec démos automatiques comme prochaine priorité. | | | | |