

Marketing Mobile et Marketing des Services : la technologie et le respect

Gérard Louyat

Adetem, Président Club
Marketing des Services

Christophe Clement-Cottuz

Adetem, Président Club NTIC



Le 2 juillet à partir de 18h30 « Tous à L'Usine »



Pour cette **4e Nuit du Marketing**, l'**ADETEM** part à la rencontre de grandes figures entrepreneuriales et de Directeurs Marketing de grands groupes pour partager, avec eux, leur expérience et leurs success-stories autour de la notion de responsabilité.

- Jean-Claude Bailly Président, Groupe La Poste
 - Pierre Saglio Président, ATD Quart-Monde
 - Jean-Jacques Blanc Président, Whirlpool France
 - Samira Djouadi Déléguée Générale, Fondation TF1
- Et bien d'autres invités.....

Toutes les infos sur : www.adetem.org

Marketing des services : ... la qualité rendue d'abord

- Les services : offre de base d'une majorité de PME et TPE

- Un vaste champ d'activités

- transports
- administration
- Commerce
- activités financières et immobilières
- Services aux entreprises et aux particuliers,
- Education
- Santé et l'action sociale.

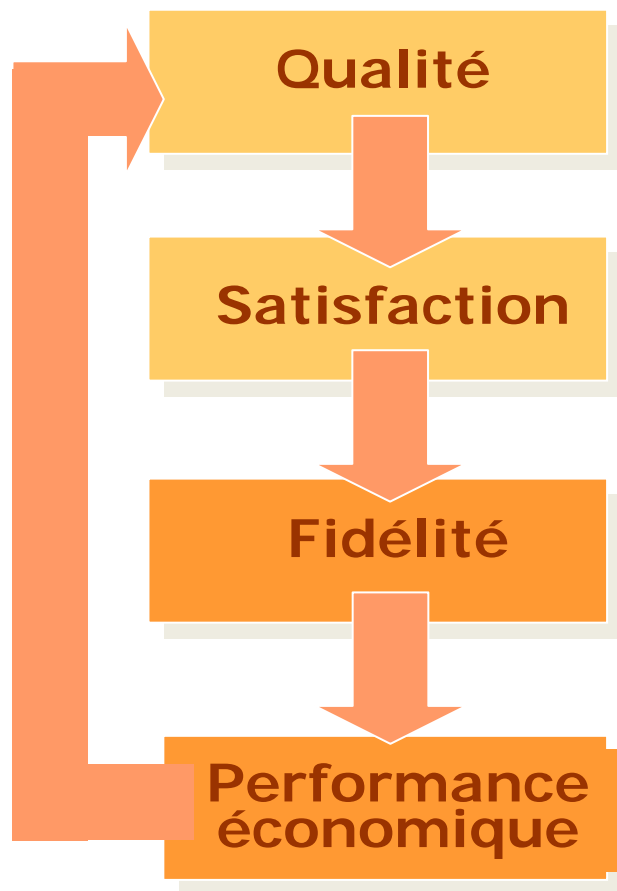
- Le socle de base pour prospérer :

**LA QUALITE IRREPROCHABLE DU SERVICE PAR LA TENUE
DES ENGAGEMENTS**

**Un client que l'on
satisfait dans le temps
et non plus celui à qui l'on
vend !**

**=> d'ou l'impérieuse
nécessité de la valeur du
produit, de la qualité de
service et de la
satisfaction du client !**

Le modèle économique ... en Service



***LA CONFIANCE,
ÇA SE MÉRITE !!!***



**... la confiance gagnée,
ce n'est qu'un CDD !**

Marketing Mobile : du service autour du service

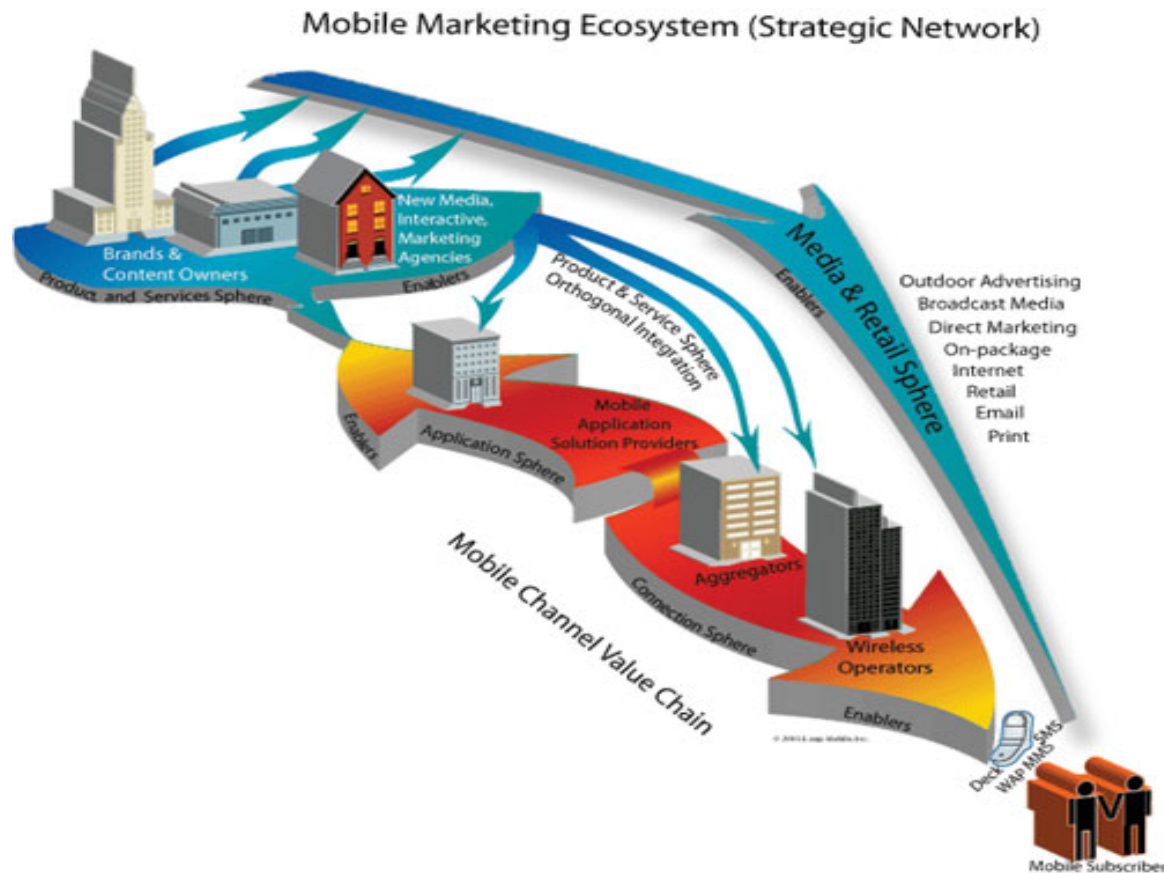
- "facilitateur" qui améliore la réalisation, l'utilisation du service de base (Veli'b)
- "différenciateur" qui apporte une Valeur Ajoutée au service de base (Information temps réel)
- "accessibilité" qui privilégie l'accès au service de base à des clients en situation de mobilité (Signalement en proximité du lieu de production du service)

Les mobiles fonctionnent où les autres médias s'arrêtent



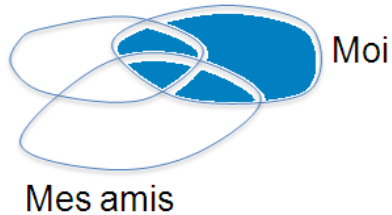
- 3.5 millions d'utilisateurs de plus de 15 ans
- soit 9.3 % des utilisateurs de mobile
- les Smartphones sont le segment le plus dynamique du marché des mobiles

Le service marketing est **intégré** dans le processus de production du service base



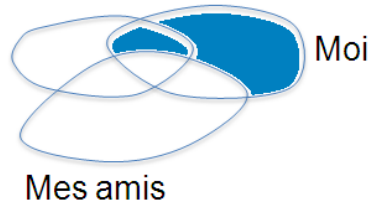
Un nouvel apprentissage de la personnalisation

Ma profession



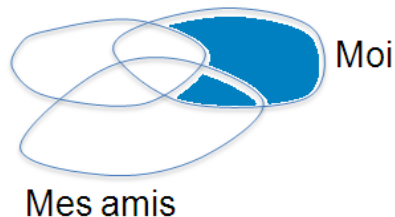
Personnel

Ma profession



Individuel

Ma profession



Privé

Marketing Mobile : Evolution ou révolution ?

- Réponse : potentiellement les deux !
- Mais trois conditions :
 - Maîtriser, exploiter les technologies du marketing mobile et l'urbanisation du management des activités de services
 - Assurer la tenue des promesses en situation d'usage du point de vue des clients en mobilisant tous les acteurs partenaires associés à la délivrance des prestations de services
 - Respecter l'intimité, les choix de la relation voulue par le client

MERCI

Un nouvel apprentissage de la personnalisation

A quelle vue de ma
Personne, le marketing
Mobile s'adresse-t-il ?

Ma profession

Moi

Mes réseaux

