

# Du Marketing traditionnel au Marketing 3.0

*Le consommateur connecté*

## Résumé

Les principes fondamentaux du marketing, à savoir, connaissance du marché, ciblage, fidélisation des clients et développement du marché restent inchangés. Mais les nouveaux comportements des consommateurs, guidés en partie par l'évolution des technologies, révolutionnent les pratiques du marketing. **L'économie de partage, l'économie collaborative et le e-business nécessitent une approche basée sur une vision à 360° du client.**

Avec internet, le stockage et l'exploitation des données client devient cruciale. Les technologies du Cloud et du Big Data, bien exploitées, peuvent donner un avantage compétitif. Après un rappel des fondamentaux du marketing, cet exposé permet, à travers des exemples concrets de bien comprendre l'évolution du comportement des consommateurs et des nouvelles tendances du marketing.

## Intervenant

Panayiotis Touloupis est Ingénieur en électronique (Lyon) et ingénieur de l'ENSPS (Strasbourg) où il a obtenu le titre de docteur 3<sup>ème</sup> cycle en physique.

Il a une expérience internationale en marketing, systèmes d'information et direction générale. Il a dirigé le pôle conseil d'un grand groupe informatique ainsi que sa filiale business intelligence où il a été directeur marketing des services informatiques.

Il a dirigé des projets internationaux de mise en œuvre de systèmes d'information et de transformation digitale d'organismes publics et privés. Il est actuellement consultant indépendant en stratégie et marketing.

## Plan

**Faut-il oublier le marketing traditionnel ?**

**Rappel des principes du marketing**

**Évolution de la technologie :**

- du décisionnel au Big Data, de l'intelligence artificielle au web 3.0
- du PC au smartphone et la tablette, généralisation du Cloud

**Évolution des besoins clients (B to B, B to C) :**

- Enjeu de l'utilisation des données
- CRM (gestion relation clients)

**Communication digitale :**

- Techniques de commercialisation digitale et go to market model
- Les comportements du consommateur
- Aspects sociaux et humains

**Étude de cas**

**Bibliographie**

**Questions et débat**