

# Marketing 1 to 1



Gilles Enguehard

DG société Atenys - Conseil & Management



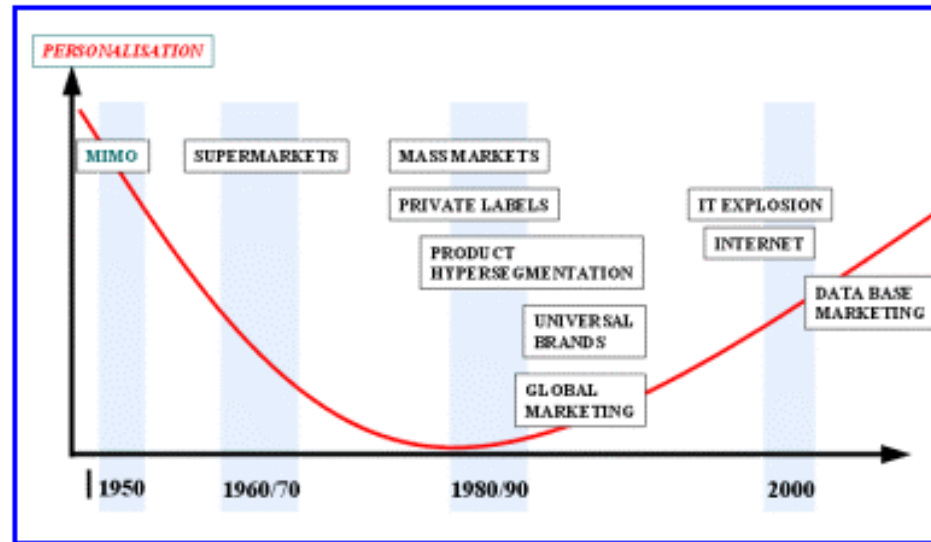
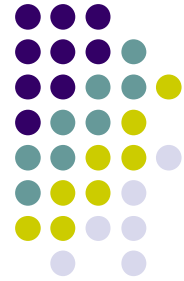
[genguehard@atenys.com](mailto:genguehard@atenys.com)

# Le marketing one to one



1. Bref historique
2. Les différentes formes de personnalisation
3. Internet : un terrain idéal
4. Techniques & outils de personnalisation
5. Limites de la personnalisation

# 1. Historique



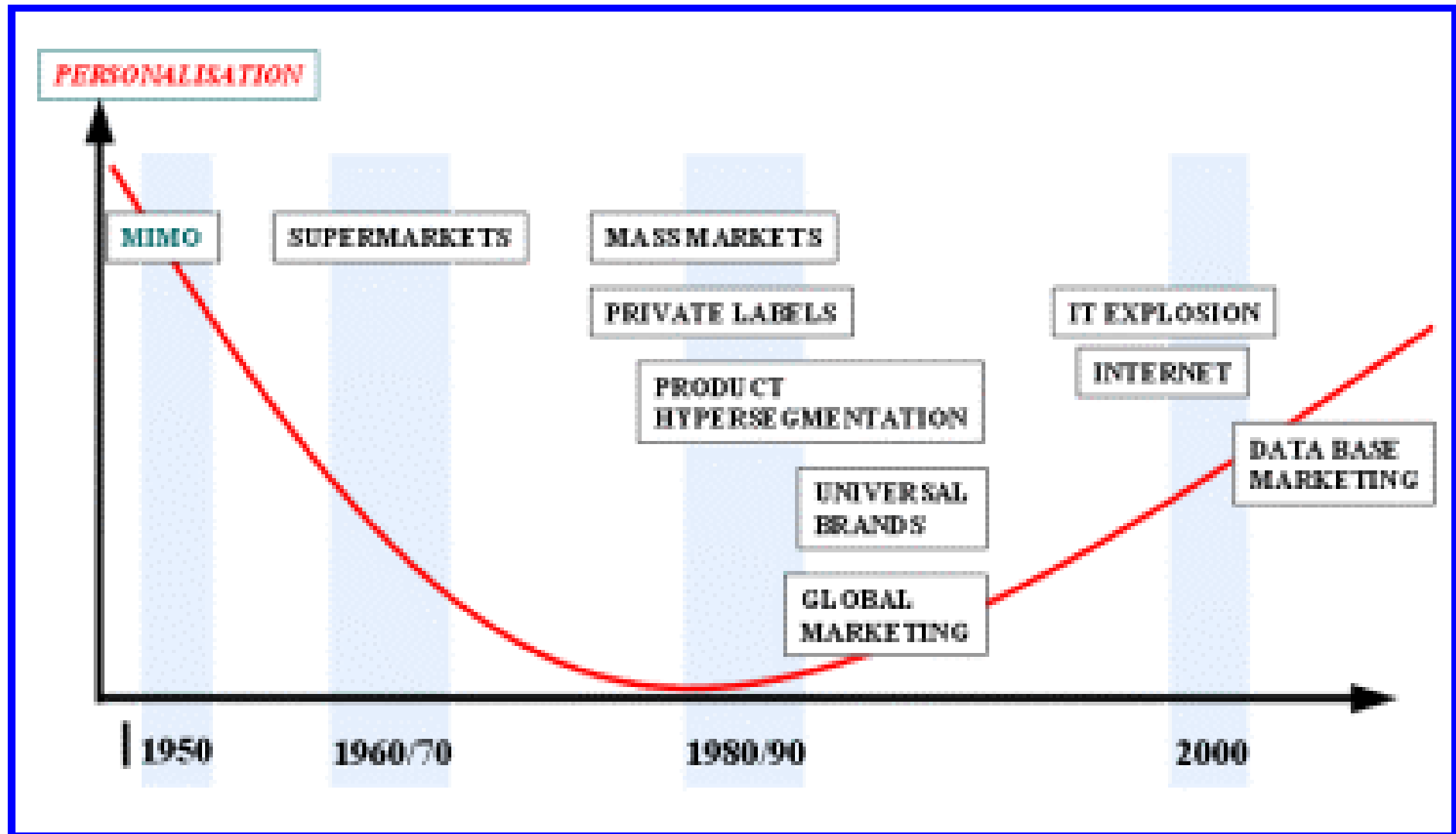
- ∅ Objectifs du Marketing : appréhender le mieux possible le consommateur
  - | Étude des besoins
  - | Étude de la satisfaction
- ∅ Définition du Marketing Mix (les 4 P's)
  - ∅ Product
  - ∅ Pricing
  - ∅ Promotion
  - ∅ Place/Distribution



L'arrivée de la personnalisation va modifier le marketing mix

## Un paysage Marketing qui évolue !

# 1. Historique

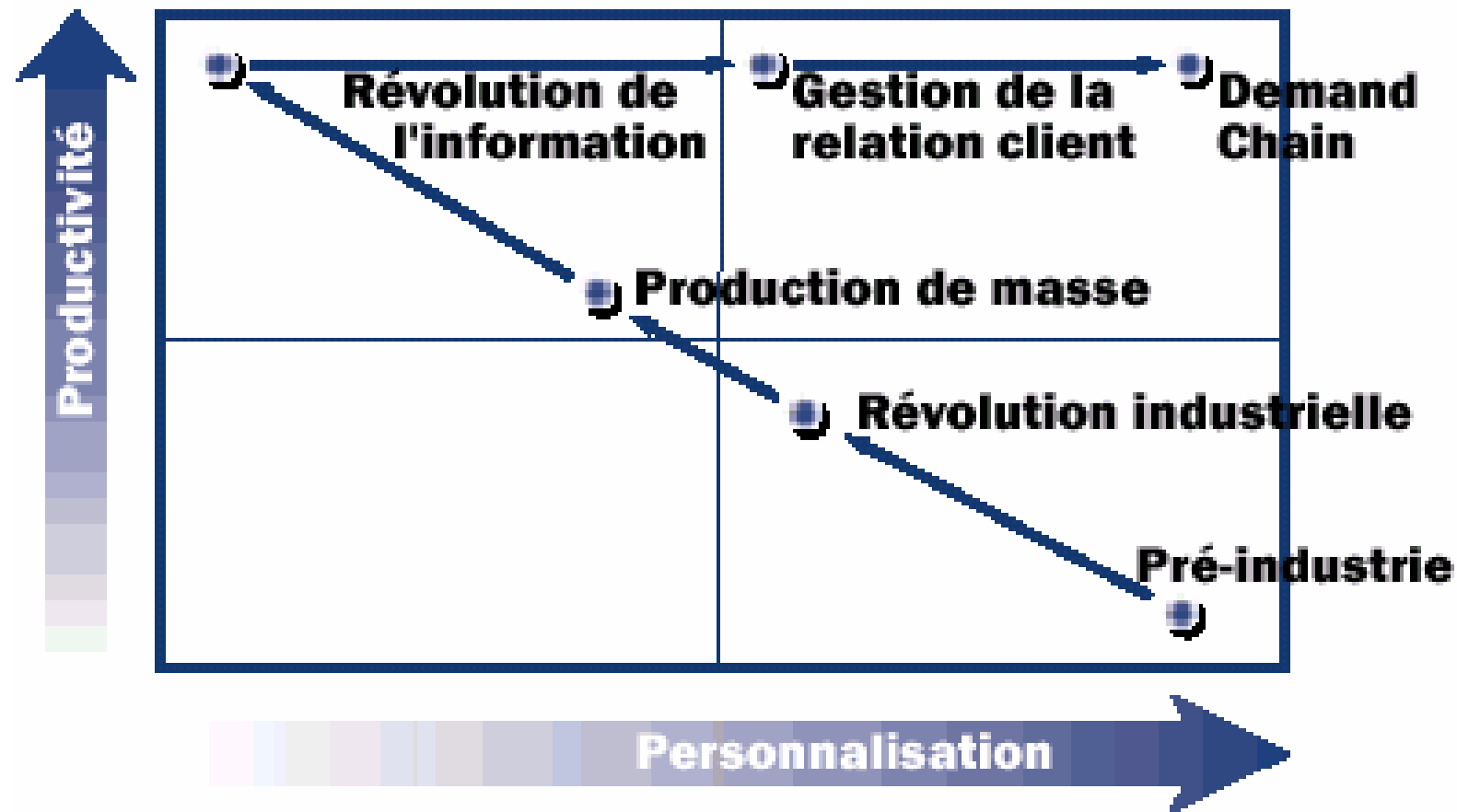


Un paysage Marketing qui évolue !

# 1. Historique



## Automatisation de la "Demand Chain"



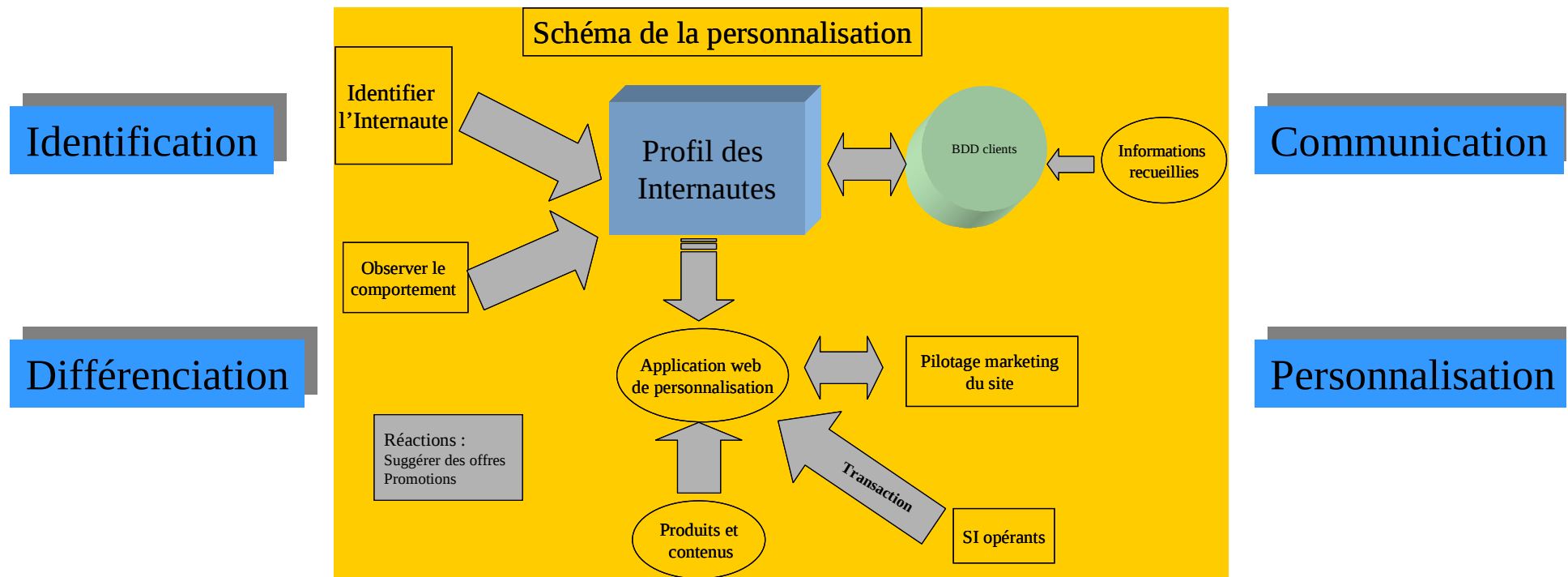
# Le Marketing 1 to 1



- ∅ Fin du marketing de masse

➡ Volonté de construire une relation personnalisée entre l'entreprise et le client

- ∅ Caractéristique fondamentale : se concentrer sur un client à la fois et lui vendre le maximum de produits ou services

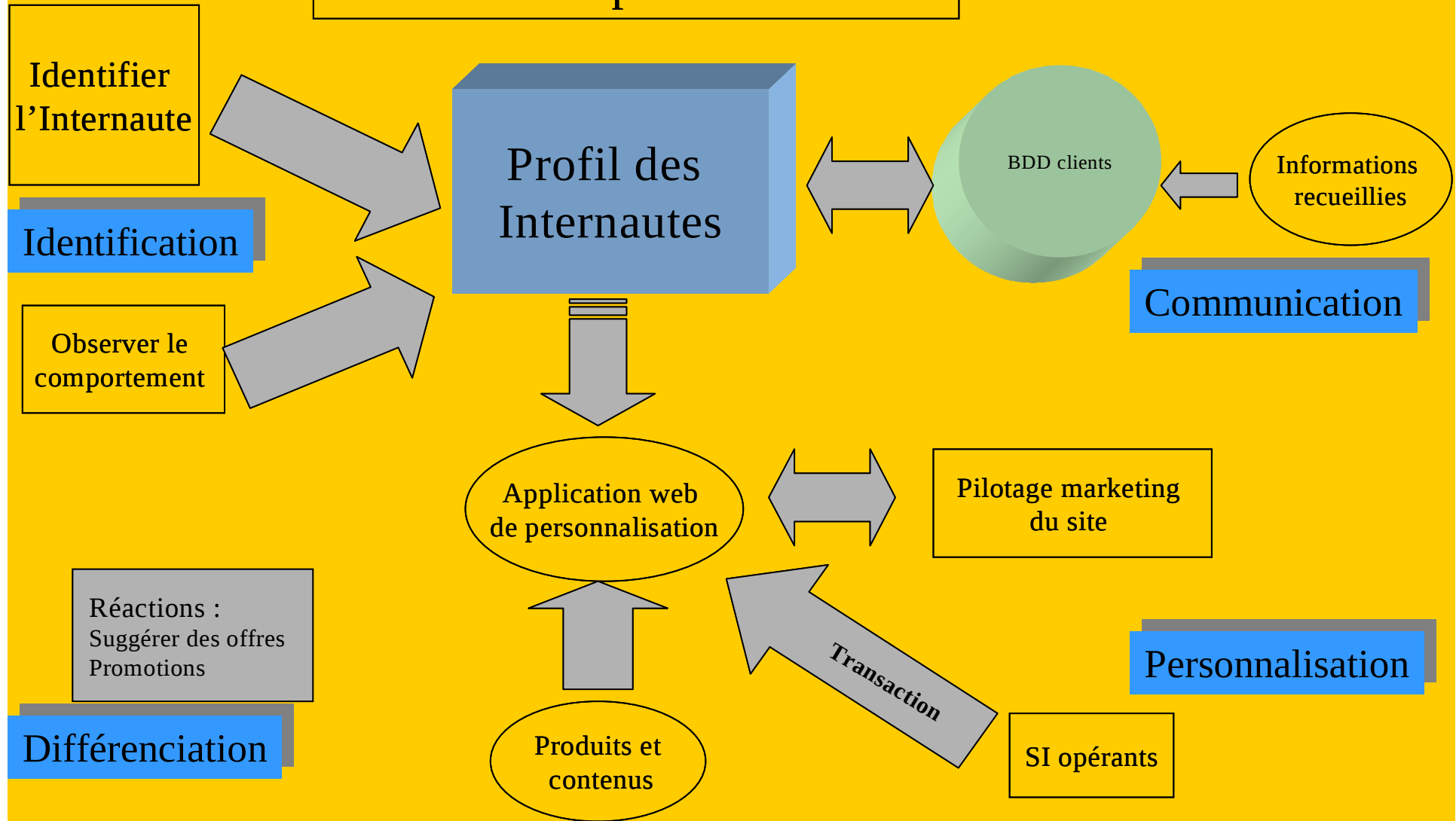


**Une nouvelle donne pour le Marketing !**

# Le Marketing 1 to 1



## Schéma de la personnalisation

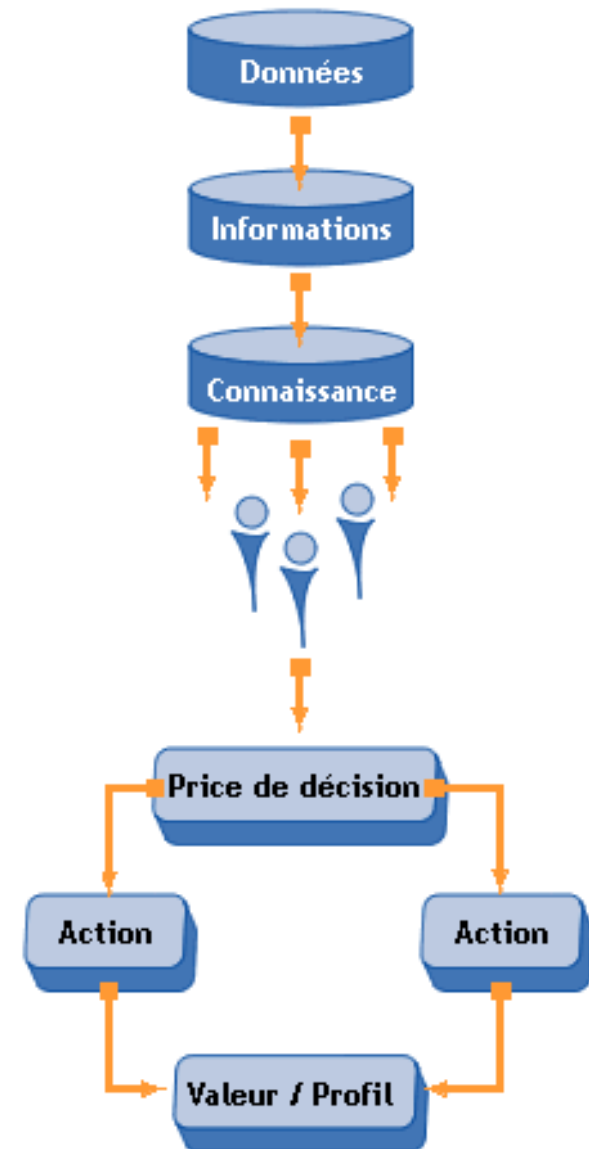


**Une nouvelle donne pour le Marketing !**

# La Business Intelligence



- ∅ Collecte d'informations
- ∅ Centres d'intérêt du consommateur
- ∅ Identification des habitudes de consommation
  - ∅ Exemple : Achat entretien voiture
    - ∅ Hommes : 90%
    - ∅ CSP (Catégorie Socio-Professionnelle)
    - ∅ Age : 18-35 ans
- ∅ Proposer des offres Contextuelles
- ∅ Transformation de la vente x10
- ∅ 1% de rétention clients = +8% de RN



**Toucher la bonne clientèle !**

## Achat en boutique vs e-Commerce (B2C)



Le nouveau mode de consommation Online connaît 3 contraintes très fortes, frein à l'acte de consommer !!

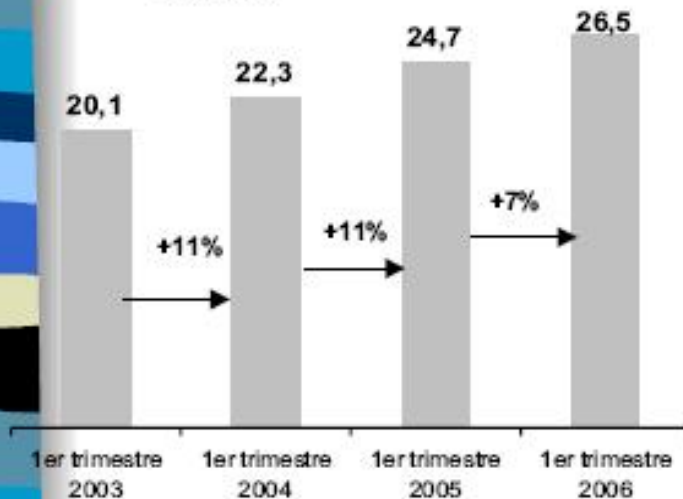
1. La relation humaine Vendeur/Client
2. La confiance de l'internaute dans le paiement en ligne
3. Le cycle d'acceptation du produit est rompu...

# Confiance de l'internaute pour l'achat en ligne

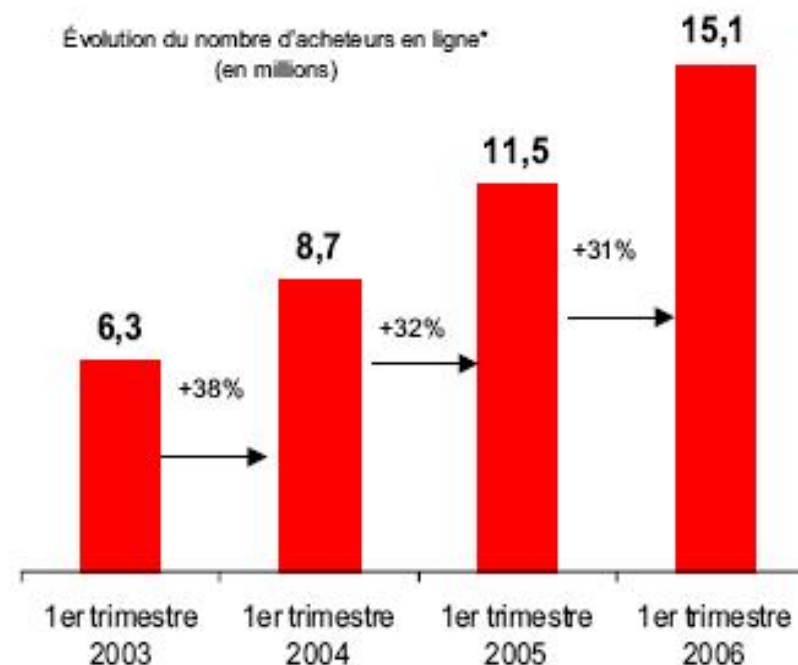
## Nouveau record : 15,1 millions d'internautes (57%) ont déjà acheté en ligne



Évolution du nombre d'internautes  
(en millions)



Évolution du nombre d'acheteurs en ligne\*  
(en millions)



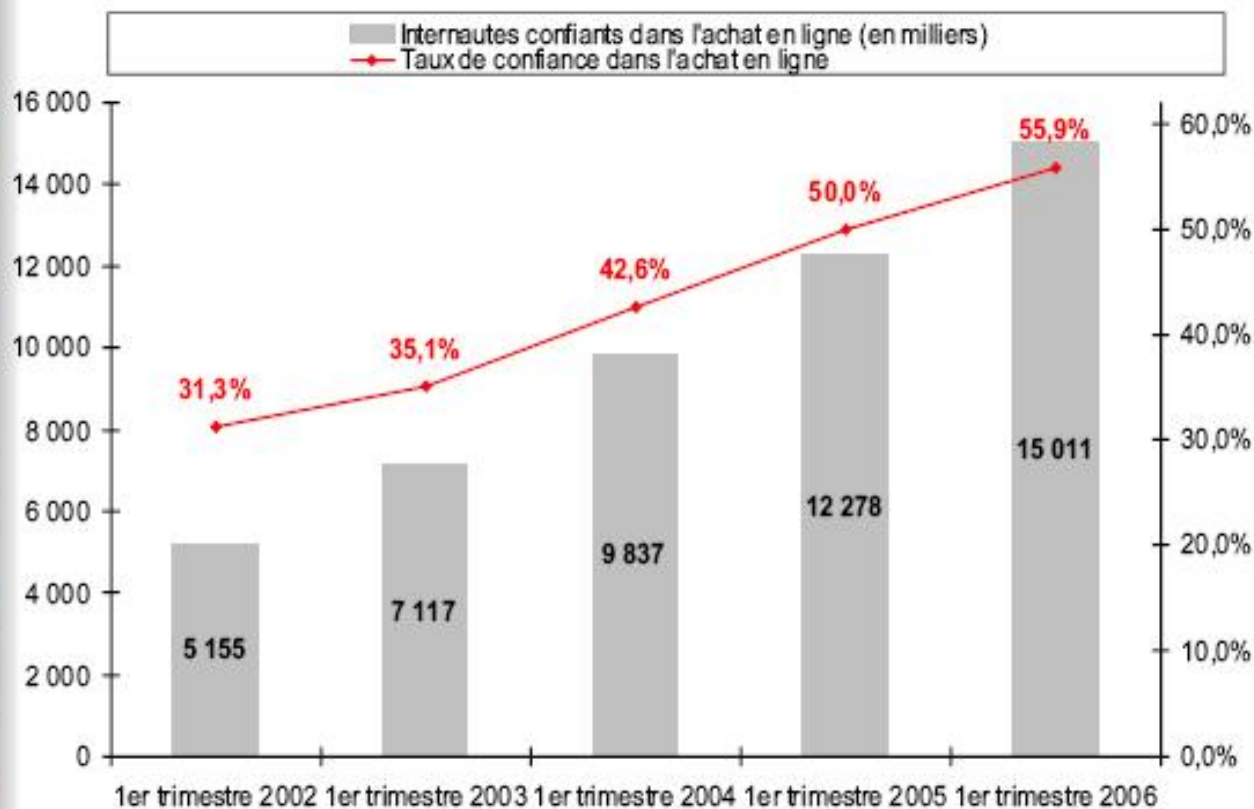
- La croissance du e-commerce est supérieure à la croissance de la population internautes : 4,4 fois supérieure.
- L'achat en ligne a conquis 3,6 millions d'internautes supplémentaires en un an.
- 15,1 millions d'internautes, soit plus d'un internaute sur deux (57%) et près de 3 Français sur 10 (28,9%), ont déclaré avoir déjà effectué un achat en ligne.

\* Acheteurs en ligne : internautes ayant déjà effectué un achat en ligne

## Confiance de l'internaute pour l'achat en ligne



La confiance des internautes confirme que l'e-commerce est dans l'ère de l'après 50%

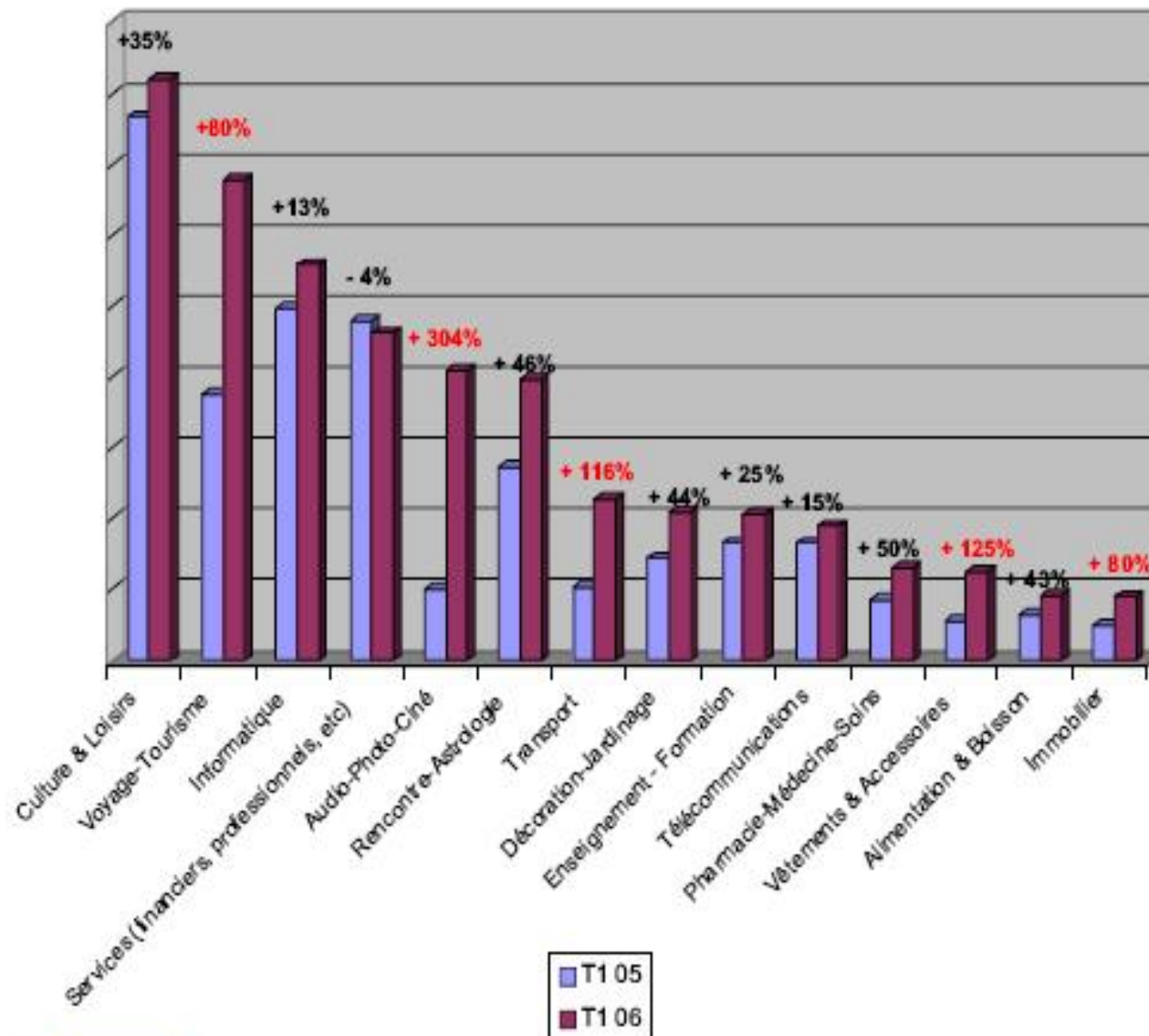


La confiance dans l'achat en ligne n'a cessé de progresser depuis 2001 : au 1<sup>er</sup> trimestre 2006, 15 millions d'internautes ont confiance soit plus d'un internaute sur deux (55,9%).

association  
pour le com  
merce et les  
services en  
ligne **ACSEL**

# Les évolutions des principaux secteurs

## Moyenne des progressions : 67%



Source Yahoo! Search Marketing

### Les plus fortes progressions T1 06 / T1 05

| Secteurs                                  | Mots clés                                                       |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Audio-Photo-Ciné<br><b>+ 304 %</b>        | Photo numérique, lecteur DVD, Home Cinéma, Développement Photos |
| Vêtements & Accessoires<br><b>+ 125 %</b> | Vêtements, Chaussure, Lingerie, Bijoux                          |
| Transports<br><b>+ 116 %</b>              | Automobile, moto, voiture d'occasion, voiture, bateaux          |
| Voyage Tourisme<br><b>+ 80 %</b>          | Vacances, voyage, séjour, week-end                              |
| Immobilier<br><b>+ 80 %</b>               | Appartement, location appartement, achat maison                 |

## Achat en boutique vs e-Commerce (B2C)



Le nouveau mode de consommation Online connaît 3 contraintes très fortes, frein à l'acte de consommer !!

1. La relation humaine Vendeur/Client
2. La confiance de l'internaute dans le paiement en ligne
- 3. Le cycle d'acceptation du produit est rompu...**

# Les cinq étapes du processus d'adoption par les consommateurs



| Étapes principales    | Description du consommateur                                                                    | Ce que vous devez faire                                                                    |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Reconnaissance</b> | Conscient de l'existence du produit ou service, mais n'en ayant pas une connaissance détaillée | Élaborer une stratégie pour éduquer les clients potentiels et éveiller leur intérêt        |
| <b>Intérêt</b>        | Curieux à cause de la publicité et recherchant davantage d'informations                        | Fournir des informations plus détaillées sur le produit et continuer à augmenter l'intérêt |
| <b>Évaluation</b>     | Envisage de tester le produit ou service                                                       | Rendre le processus d'évaluation du produit aussi facile et avantageux que possible        |
| <b>Essai</b>          | Utilise le produit ou le service à titre de test                                               | Rendre l'essai aussi simple et dépourvu de risques que possible                            |
| <b>Adoption</b>       | Décide de devenir un utilisateur régulier                                                      | Élaborer des stratégies pour conserver les bons clients                                    |

## 2. Les différentes formes de personnalisation



### ∅ La simple personnalisation : NIKE ID

➡ Ajouter un élément de personnalisation qui ne change pas les caractéristiques fondamentales du produit



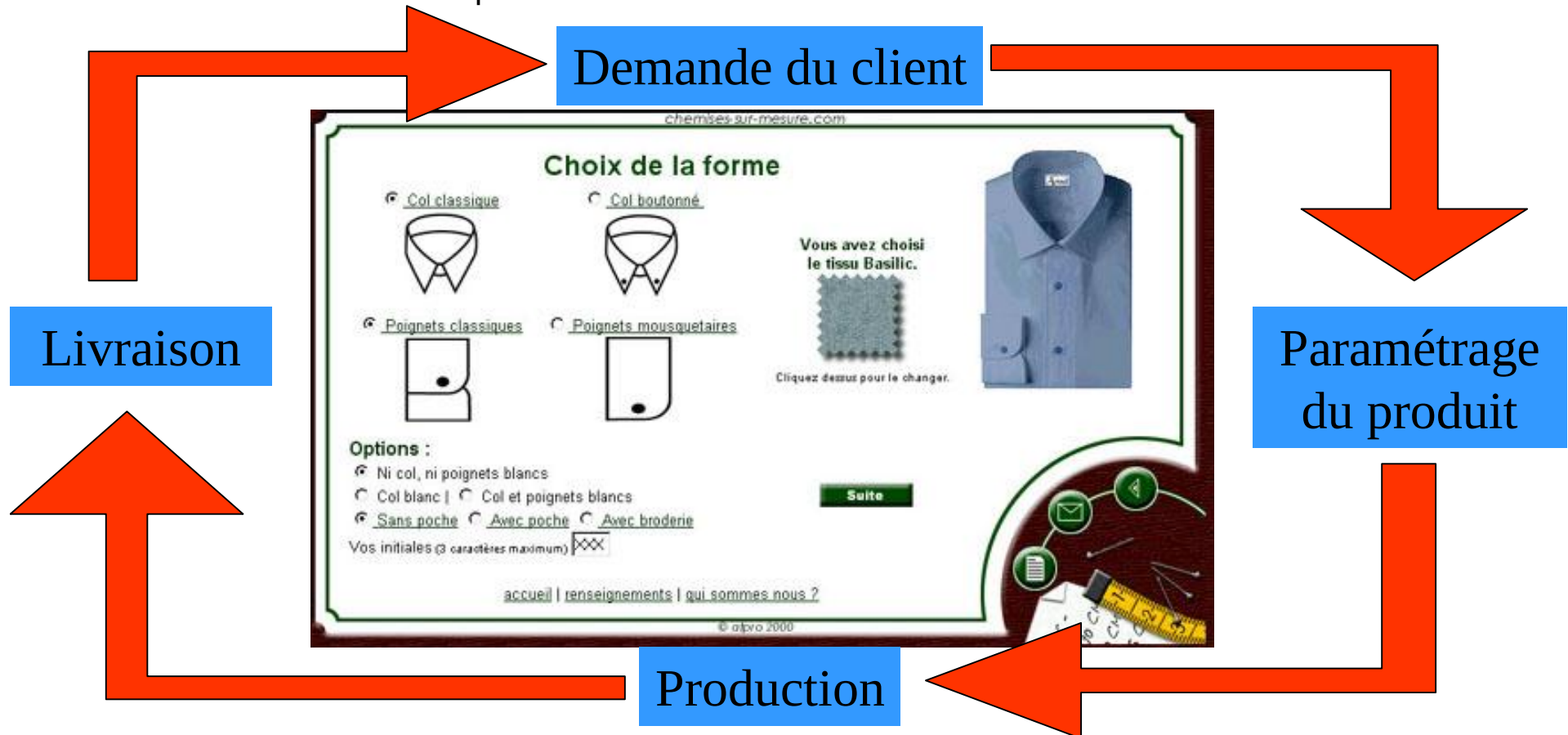
**Adaptez la chaussure à votre pied !**

# Les différentes formes de personnalisation



## ∅ Le sur mesure véritable :

→ La demande du client va déboucher sur une réelle production sur-mesure à l'aide d'un outil de production flexible



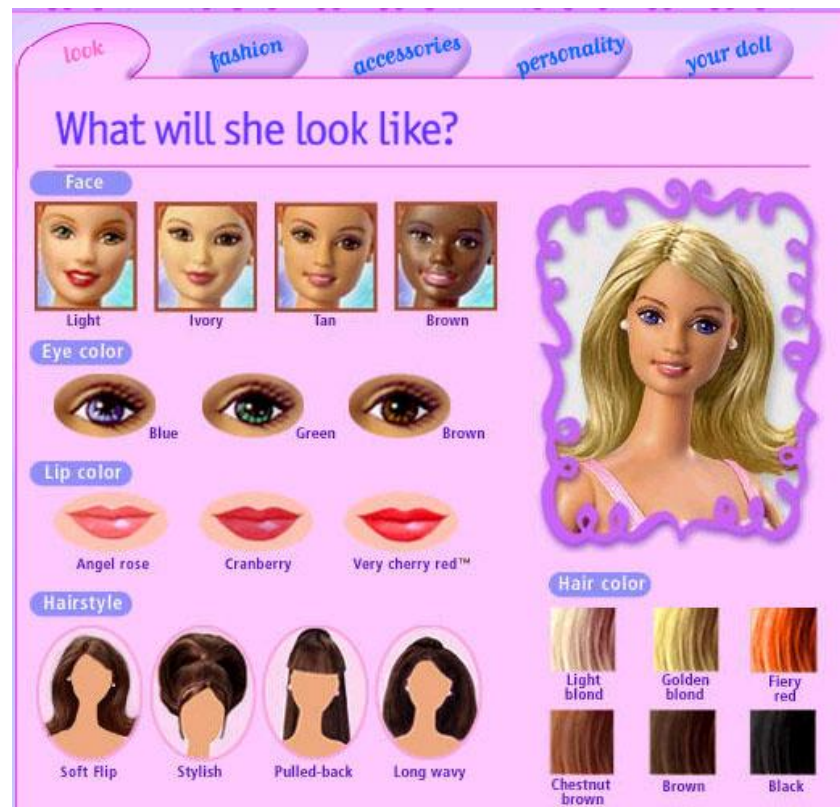
## Le JUSTE A TEMPS en pratique !

# Les différentes formes de personnalisation



## ∅ Le sur mesure modulaire :

➡ A partir d'une liste de composants pré définis, le client élabore son propre produit : c'est l'assemblage qui est ici sur mesure



Un concept qui a fait ses preuves : DELL !

La boutique en ligne Dell : créez votre propre système - Mozilla Firefox

Fichier Edition Affichage Aller à Marque-pages Outils ?

← → ↺ ↻ 🏠 🔍

http://configure2.euro.dell.com/dellstore/config.aspx?b=&c=fr&cs=fr&sd=fr&oc=L02612&rc=L02612&s=bsd&sb=fr&sdrlatit\_d610\_2

OK

Démarrage Dernières nouvelles (...) Google BS Client Listes de valeurs

Boursorama - Listes de valeurs La boutique en ligne Dell : créez votre...

France

PETITES ENTREPRISES

Recherche

Recherche avancée

PC de bureau

PC portables

Serveurs, stockage et réseaux

Imprimantes et cartouches

Logiciels et périphériques

Services et support

Retour vers : France > PETITES ENTREPRISES

Sélection des composants

1. COMPOSANTS

2. SERVICE ET ASSISTANCE

3. PERIPHERIQUES



4.5H

Wi14.1"

2.1Kg

3.4cm

(L02612) Latitude D610 ADVANCED

1 459 €

Hors Taxes et Livraison

Notez que le passage à la mémoire supérieure est déjà inclus dans le prix indiqué.

Credit bail à partir 53 €/mois<sup>2</sup>

Offre: Prêt avec option 0% pour l'emprunteur

Visitez Dell Financial Services

(L02612) Latitude D610 ADVANCED

1 459 €

Hors Taxes et Livraison

Notez que le passage à la mémoire supérieure est déjà inclus dans le prix indiqué.

Credit bail à partir 53 €/mois<sup>2</sup>

Offre: Prêt avec option 0% pour l'emprunteur

Visitez Dell Financial Services

Imprimer le récapitulatif

Actualiser le prix

Continuer

AUTRES OPTIONS

Intel

centrino

MOBILE TECHNOLOGY

Processeur

Intel® Pentium® M 750 (1.86GHz, 2Mo L2 cache, FSB 533MHz)UMAGraphics 15" WSXGA+LCD

Aidez-moi à choisir

☒ Intel® Pentium® M 750 (1.86GHz, 2Mo L2 cache, FSB 533MHz)UMAGraphics 15" WSXGA+LCD [Inclus dans le prix]

☐ Processeur Intel® Pentium® M 760 (2.0GHz 2Mo L2 cache, FSB 533MHz), 14.1"XGA ajouter 0,00 €

☐ Processeur Intel® Pentium® M 760 (2.0GHz 2Mo L2 cache, FSB 533MHz), 14.1" SXGA+ [ajouter 50,00 € ou 1 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Intel® Pentium® M 760 (2.0GHz, 2Mo L2 cache, FSB 533MHz) ATI X300 14.1"XGA [ajouter 80,00 € ou 2 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Processeur Intel® Pentium® M 760 (2.0GHz 2Mo cache, FSB 533MHz) ATIX300 14.1" SXGA+ [ajouter 140,00 € ou 5 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Intel® Pentium® M 770(2.13GHz 2Mo L2 cache FSB533MHz)UMAGraphics14.1" SXGA+1024x1050 [ajouter 240,00 € ou 8 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Intel® Pentium®M Processor 770(2.13GHz 2MB L2cache 533Mhz FSB)DSVGraphics14.1"XGA(1024x768) [ajouter 270,00 € ou 9 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Intel® Pentium®M 770(2.13GHz 2Mo L2cache FSB533MHz) ATI X300 14.1" SXGA+1400x1050 [ajouter 320,00 € ou 11 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Intel® Pentium®M Processor 770(2.13GHz 2MB L2 cache 533Mhz FSB)UMAGraphics14.1"XGA 1024x768 [ajouter 190,00 € ou 6 €/mois<sup>1</sup>]

Système d'exploitation Microsoft

Windows® XP Professionnel authentique, SP2 (NTFS)(+ Media)

Terminé

démarrer

Workspace - Lotus N...

La boutique en ligne ...

C:\Data\Cours\Marke...

Remote Administrator

Microsoft PowerPoint ...

FR 09:58

La boutique en ligne Dell : créez votre propre système - Mozilla Firefox

Echier Edition Affichage Aller à Marque-pages Outils ?

← → ↺ ↻

http://configure2.euro.dell.com/dellstore/config.aspx?b=&c=fr&cs=fr&sd=fr&oc=L02612&rc=L02612&s=bsd&sb=fr&sdslatit\_d610\_2

OK

Démarrage Dernières nouvelles (...) Google BS Client Listes de valeurs

Boursorama - Listes de valeurs La boutique en ligne Dell : créez votr...

Mémoire

Offre Spéciale : Passez de la mémoire 512Mo à la 1024Mo pour 1 Euro de Plus!

Mémoire 1 Go (2x512) 533MHz DDR2 SDRAM

Aidez-moi à choisir

☐ Mémoire 1 Go (1x1024) 533MHz DDR2 SDRAM [ajouter 30,00 € ou 1 €/mois<sup>1</sup>]

☒ Mémoire 1 Go (2x512) 533MHz DDR2 SDRAM [Inclus dans le prix]

☐ Mémoire 2 Go (2x1024) 533MHz DDR2 SDRAM [ajouter 240,00 € ou 8 €/mois<sup>1</sup>]

Offre spéciale

Batterie principale

Batterie principale 6 cellules 53W LI-ION

Aidez-moi à choisir

☒ Batterie principale 6 cellules 53W LI-ION [Inclus dans le prix]

☐ Batterie principale optionnelle 4 cellules 32W LI-ION ajouter 0,00 €

Extension de garantie

Aucune option sélectionnée

Aidez-moi à choisir

☒ Aucun

☐ Extension de garantie à 4 ans "J+1 Site" [ajouter 145,00 € ou 5 €/mois<sup>1</sup>]

Assurance dommages accidentels CompleteCare

Assurance Completecare contre les domm. accidentels 3 ans sur site J+1

Pour faire face aux accidents.

Vous trouverez forcément une couverture accidents CompleteCare adaptée à vos besoins.

Aidez-moi à choisir

☐ Assurance CompleteCare contre le vol 3 ans sur site J+1 [retirer 71,00 €]

☐ Assurance CompleteCare contre le vol 4 ans sur site J+1 [retirer 1,00 €]

☒ CompleteCare 3Y NBD Multi Cover from London General Insurance [ajouter 19,00 €]

Recommandé par Dell

☐ CompleteCare MultiCouvertures contre le vol et les domm. accidentels 4 ans sur site J+1 [ajouter 119,00 € ou 4 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Option sans assurance CompleteCare [retirer 190,00 €]

☒ Assurance Completecare contre les domm. accidentels 3 ans sur site J+1 [Inclus dans le prix]

☐ Assurance Completecare contre les domm. accidentels 4 ans sur site J+1 [ajouter 79,00 € ou 2 €/mois<sup>1</sup>]

Batterie secondaire

Aucune option sélectionnée

Aucun

☐ D/Family Media Bat battery Li-Polymer 48Whr for dual battery support [ajouter 120,00 € ou 4 €/mois<sup>1</sup>]

☐ Batterie principale 6 cellules 53Whr LI-ION [ajouter 80,00 € ou 2 €/mois<sup>1</sup>]

(L02612) Latitude D610  
ADVANCED

1 459 €

Hors Taxes et Livraison

Notez que le passage à la mémoire supérieure est déjà inclus dans le prix indiqué.

Credit bail à partir 53 €/mois<sup>2</sup>

Offre: Prêt avec option 0% pour l'emprunteur

Visitez Dell Financial Services

Imprimer le récapitulatif

Actualiser le prix

Continuer

Terminé

démarrer

Workspace - Lotus N... La boutique en ligne ... C:\Data\Cours\Marke... Microsoft PowerPoint ...

FR 10:00

### 3. Internet : un terrain idéal



#### ∅ Interface de contact

##### ∅ Personnalisation sur site

##### ∅ Personnalisation de l'accueil

##### ∅ Personnalisation de l'environnement (skins)

##### ∅ Personnalisation des outils

**Un support parfaitement adapté à ces nouveaux discours**



**Unregistered**

to register visit our site

[www.screen-capture-master.com](http://www.screen-capture-master.com)



VOS Z'ENVI

ACCUEIL

CHEZ  
GILLES

LIVRES

LIVRES  
EN ANGLAIS

MUSIQUE

DVD

VIDÉO

LOGICIELS  
ET CD-ROM

JEUX  
VIDÉO

CADEAUX

NOS CONSEILS  
PERSONNALISÉS

VOTRE PAGE  
À VOTRE IMAGE

VOS BOUTIQUES  
PRÉFÉRÉES

VOS NOUVEAUTÉS

Livraison **GRATUITE** à partir de **20 €** d'achats en France métropolitaine 

0 0 0 0 0 0 0 0 0 0

RECHERCHER

Tous les produits

GO!



**Chez Gilles**

[Modifiez votre nom](#)

**Bienvenue Gilles Enguehard.** ([Cliquez ici](#), si vous n'êtes pas Gilles Enguehard.)

NOS BOUTIQUES

[Nos conseils  
personnalisés](#)

[Vos boutiques préférées](#)

[Votre page à votre image](#)

[Vos nouveautés](#)

**Vos  
préférences**

Modifier

[Votre boutique Livres](#)

[Votre boutique DVD](#)

Votre page à votre image



**Underworld - Édition Collector 2 DVD**

Kate Beckinsale

M6 Vidéo

**Notre prix : EUR 24,98**

**Neuf** à partir de EUR 17,90

**Amazon.fr**

Une guerre quasi invisible mais terriblement sanglante se déroule dans nos rues, à notre insu : depuis des millénaires, les lycans...

[Lire la suite](#) | ([Pourquoi nous vous conseillons cet article](#))

► [Plus de dans Votre page à votre image](#)

### 3. Internet : un terrain idéal



#### ∅ Personnalisation de la relation et de l'offre

##### ∅ Publipostage électronique 1 to 1

*Objectif : cibler les envois au maximum - possibilité de les envoyer à l'unité*

##### ∅ Filtrage collaboratif

*Objectif : proposer des recommandations d'achat en fonction du profil*

*Exemple : Pages jaunes contextuelles, fnac pour les livres ou CD*

##### ∅ Profiling

*Objectif : enregistrer les comportements des visiteurs pour proposer des offres personnalisées*

*Exemples : pub & news contextuelles*

## Un support parfaitement adapté à ces nouveaux discours

# Découvrez tout de suite 16 offres pour trouver de nouveaux clients !

COMPANEO  
100% Business

Le 1er catalogue de services aux entreprises



## 3 MOYENS

d'obtenir gratuitement et sans engagement des devis et informations sous 48h :

**COCHEZ** parmi les 16 offres de votre choix puis complétez vos coordonnées.

ou **CLIQUEZ** parmi les 16 offres sur les liens des services de votre choix.

ou **TELEPHONEZ** au 0825.16.00.10\*

|                                |                                           |
|--------------------------------|-------------------------------------------|
| Civilité* :                    | Monsieur <input type="button" value="v"/> |
| Nom* :                         | ENGUEHARD                                 |
| Prénom* :                      | GILLES                                    |
| Société* :                     | ATENYS                                    |
| Adresse :<br>(N°, Nom de rue)* | 18 RUE PASTEUR                            |
| (Bat.-Entrée...)               |                                           |
| (Lieu dit-Hameau)              |                                           |
| Code Postal* :                 | 75015                                     |
| Ville* :                       | Paris                                     |
| Tél.* :                        |                                           |
| E-mail* :                      | info@atenys.com                           |

\* : champs obligatoires

**Valider**

(Cochez sur les cases des services de votre choix avant de "valider")



Cliquez  
sur le lien  
de l'offre

ou Cochez  
puis complétez  
vos coordonnées

Et si  
**ATENYS**  
était en 1re page  
des moteurs de recherche !



# Découvrez tout de suite 16 offres pour trouver de nouveaux clients !

COMPANEO  
100% Business

Le 1er catalogue de services aux entreprises



## 3 MOYENS

d'obtenir gratuitement et sans engagement des devis et informations sous 48h :

**COCHEZ** parmi les 16 offres de votre choix puis complétez vos coordonnées.

**ou CLIQUEZ** parmi les 16 offres sur les liens des services de votre choix.

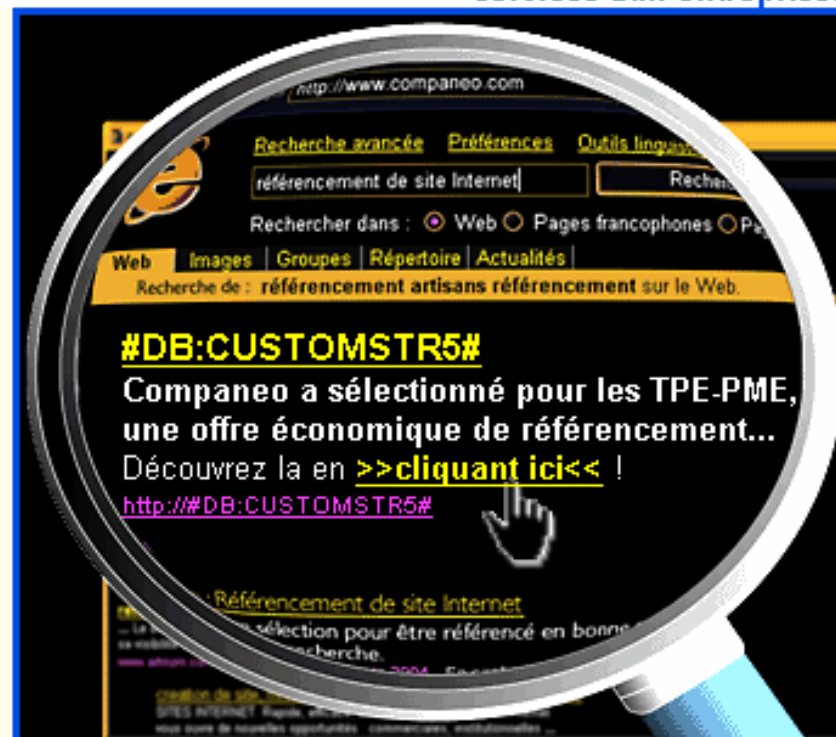
**ou TELEPHONEZ** au 0825.16.00.10\*

|                                |                                             |
|--------------------------------|---------------------------------------------|
| Civilité* :                    | <input type="text" value="Monsieur"/>       |
| Nom* :                         | <input type="text" value="#DB:LASTNAME#"/>  |
| Prénom* :                      | <input type="text" value="#DB:FIRSTNAME#"/> |
| Société* :                     | <input type="text" value="#DB:COMPANY#"/>   |
| Adresse :<br>(N°, Nom de rue)* | <input type="text" value="#DB:ADDRESS#"/>   |
| (Bat.-Entrée...)               | <input type="text"/>                        |
| (Lieu dit-Hameau)              | <input type="text"/>                        |
| Code Postal* :                 | <input type="text" value="#DB:ZIPCODE#"/>   |
| Ville* :                       | <input type="text" value="#DB:CITY#"/>      |
| Tél.* :                        | <input type="text" value="#DB:PHONE#"/>     |
| E-mail* :                      | <input type="text" value="#MEMBER_EMAIL#"/> |

\* : champs obligatoires

**Valider**

(Cochez sur les cases des services de votre choix avant de "valider")



**#DB:CUSTOMSTR5#**

Companeo a sélectionné pour les TPE-PME, une offre économique de référencement...

Découvrez la en **>>cliquant ici<<** !

<http://#DB:CUSTOMSTR5#>

**Cliquez**  
sur le lien  
de l'offre

**ou Cochez**  
puis complétez  
vos coordonnées

Et si  
**#DB:COMPANY#**  
était en 1re page  
**des moteurs de recherche !**



pagesjaunes

Pub

Pages Jaunes

Pages Blanches

Espace Perso

Recherche à proximité

A QuiDonc il est ce numéro ?

Mais QuiDonc porte ce nom ?

Annuaire du monde



> Recherchez un professionnel avec pagesjaunes.fr

mardi 22 février

**Demandez, c'est trouvé !**

Activité

ex : garagiste, resto

Guide

Nom

Adresse

ex : 7 av de la cristallerie

Localité

ex : rennes, paris 9, 37100

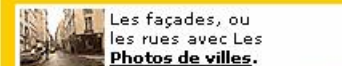
Guide

Département ou région

ex : 92, finistère, aquitaine, idf

Guide

Rechercher



votre ville :



**Ville en Direct**  
Une mine d'infos en direct de votre ville

pagesjaunes

Une seule réponse  
sur votre département

**PRIORITÉ  
JEUNES**

Appel gratuit  
**0 805 05 25 26**

Pub

Pages  
Jaunes

Pages  
Blanches

Espace  
Perso

Recherche  
à proximité

A QuiDonc il  
est ce numéro ?

Mais QuiDonc  
porte ce nom ?

Annuaire  
du monde



> Recherchez un professionnel avec pagesjaunes.fr

mardi 22 février

A l'Affiche :

Votre mutuelle  
trop chère ?  
Comparez !

AGENT GENERAL  
JEAN-CLAUDE  
MEXMAIN  
Protection financière



Votre requête : courtiers d'assurances  
PARIS (PARIS)

Ville en Direct

Plan Météo Trafic Webcam



Min : -2°C

Max : 3°C

[site de la mairie](#)

Affichez en premier les professionnels avec :

WWW [En savoir + / Site](#)



Clip



Spot audio



> Professionnels locaux

897 réponse(s)

(liste 1-10)

De Beaucorps Michel

[A proximité](#)

70 r Dutot 75015 Paris | [Plan/Itinéraire](#) | [Photo](#)

.01 45 66 64 94

Votre agent du 15ème Mo Pasteur-Volontaires  
Toutes assurances particuliers & entreprises.  
Epargne et placements - retraite - santé



De Clarens

[A proximité](#)

17 r Washington 75008 Paris

.01 44 13 13 00

| [Plan/Itinéraire](#) | [Photo](#)

COURTAGE D'ASSURANCES  
<http://www.declarens.com>



[Site Web](#)

WWW [Site](#)

Deledalle ACF

[A proximité](#)

120 av Champs Elysées 75008 Paris

.01 45 61 16 14

| [Plan/Itinéraire](#) | [Photo](#)

spécialiste risque financier de l'entreprise,  
gestion, sécurisation et financement du poste  
client:assurance crédit,affacturation,caution..



[Site Web](#)

WWW [Site](#)

Druon Assurances

[A proximité](#)

58 r St Georges 75009 Paris | [Plan/Itinéraire](#) | [Photo](#)

.01 42 80 90 40

particuliers commerces immeubles entreprises  
placement,vie, retraite, complémentaire santé  
Auto, habitation



A l'Affiche :

**ASSURANCES  
AUTO**

**ASSURANCE  
AUTOMOBILE  
TEMPORAIRE  
de 2 à 15 jours**

**Garantie  
immédiate**  
Consultez-nous

**01 40 73 74 13**

Pratique

Rechercher

ma requête avec

Votat

un nom avec

Pages Blanches

Nouveau !



[Site Web](#)

**Ville  
en  
direct**

Le plan de la localité,  
la météo à 10 jours,  
le trafic en temps réel  
et des webcams  
pour découvrir la ville  
en image.

pagesjaunes

+ de **40000** agences immobilières **Pub**

Pages Jaunes

Pages Blanches

Espace Perso

Recherche à proximité

A QuiDonc il est ce numéro ?

Mais QuiDonc porte ce nom ?

Annuaire du monde



> Recherchez un professionnel avec pagesjaunes.fr

mardi 22 février

**Demandez, c'est trouvé !**

Activité

Guide

ex : garagiste, resto

Nom

Adresse

ex : 7 av de la cristallerie

Localité

Guide

ex : rennes, paris 9, 37100

Département ou région

Guide

ex : 92, finistère, aquitaine, idf

Rechercher



A découvrir

Les façades, ou les rues avec Les **Photos de villes.**

votre ville :



**Ville en Direct**

Une mine d'infos en direct de votre ville

pagesjaunes

CHAUFFAGE TOTALGAZ



Pages Jaunes

Pages Blanches

Espace Perso

Recherche à proximité

A QuiDonc il est ce numéro ?

Mais QuiDonc porte ce nom ?

Annuaire du monde



> Recherchez un professionnel avec pagesjaunes.fr

mardi 22 février

A l'Affiche :



Votre requête : plombiers  
PARIS (PARIS)

Ville en Direct

Plan Météo Trafic Webcam



Min : -2°C

Max : 3°C



site de la mairie

Affichez en premier les professionnels avec :

WWW En savoir + / Site

Clip

Spot audio



> Professionnels locaux

1850 réponse(s)

(liste 1-10)

Agence Francaise de Services

A proximité

Toutes nos coordonnées

service d'urgence

N° appel gratuit : .0 800 800 743

88 av Ternes 75017 Paris

| Plan / Itinéraire | Photo

service d'urgence

N° appel gratuit : .0 800 100 364

5 r Ruisseau 75018 Paris

| Plan / Itinéraire | Photo

siège social domicilié

.01 45 72 58 95

88 av Ternes 75017 Paris

| Plan / Itinéraire | Photo

Urgence fuite d'eau - robinetterie  
Ballon - Chauffe eau - Chaudière gaz  
Techniciens qualifiés - Prix étudiés



Agence Parisienne de Services

A proximité

148 r Legendre 75017 Paris

.01 40 25 01 83

| Plan / Itinéraire | Photo

Siège social domicilié

N° appel gratuit : .0 800 88 10 56

68 bd Port Royal 75005 Paris

| Plan / Itinéraire | Photo

Techniciens à votre disposition de 7H à 24H  
Plomberie - Ouverture de portes  
Vitrerie - Electricité - Devis gratuit



Site Web

WWW Site

Agencement Bâtiment Service Rénovation  
(A.B.S.R)

A proximité

7 r Gauthey 75017 Paris | Plan / Itinéraire | Photo

.01 53 31 05 60

A l'Affiche :

Cliquez Ici  
c'est trouvé !  
Appel Immédiate et Gratuit

7j/7  
24h/24  
Pour toute urgence

Serrurerie

DEVIS GRATUIT

ASSISTANCE  
OUVRIERE  
01 40 92 12 12

Pratique

Rechercher

ma requête avec

Voilà!

un nom avec  
Pages Blanches

Nouveau !

Site Web  
Ville en direct

Le plan de la localité,  
la météo à 10 jours,  
le trafic en temps réel  
et des webcams  
pour découvrir la ville  
en image.

# Gains attendus d'une politique 1 to 1



- ∅ Pour le client
  - ∅ Sentiment d'être reconnu en tant qu'individu
  - ∅ Renforcement de sa satisfaction car le produit est sur mesure
  - ∅ Valeur perçue du produit ou service devient supérieur
  
- ∅ Pour l'entreprise
  - ∅ Fidélisation du client
  - ∅ Augmentation de la part du client
  - ∅ Renforcement de la connaissance du client
  - ∅ Réduction des coûts

**Tout le monde est GAGNANT !!!**

## 4. Techniques et outils de personnalisation



4.1 L'identification des internautes

4.2 Le CRM – Customer Relationship Management

4.3 L'interactivité

## 4.1 L'Identification des internautes



- ∅ Bases de données
- ∅ Moyens d'identification
  - Formulaires
  - Identifiants
  - Cookies

**On est surveillé de très près ...**

## Les pionniers



- ∅ Weborama
- ∅ Bananalotto
- ∅ Cariocas.com



**Comment inciter le consommateur à se dévoiler ...**



# Weborama.fr

[Home](#)

Recherche sur le web

OK

INSCRIRE VOTRE SITE

**Weborama.fr**  
52433 sites actifs

ID du site  
Login  
\*\*\*\*\*

Oubli ? OK

[Inscrire votre site](#)

**PRICEMINISTER.COM**  
achat/vente dvd - cd  
jeux vidéo - informatique  
mode - hifi - jeux - pda  
portables - électroménager

## Classement Général Visiteur - Lundi 13 février [suite](#)

|    |                                   |           |   |    |
|----|-----------------------------------|-----------|---|----|
| 1  | Neuf telecom groupe               | 4 505 749 | → | FR |
| 2  | Meetic                            | 3 562 859 | → | FR |
| 3  | Societe generale des particuliers | 2 849 921 | → | FR |
| 4  | Amoureux                          | 1 115 460 | → | FR |
| 5  | Packard bell europe               | 815 797   | → | FR |
| 6  | Menara                            | 788 481   | → | FR |
| 7  | Annuaire francesurf.net           | 659 357   | → | FR |
| 8  | Argusauto                         | 500 575   | → | FR |
| 9  | Binnewz france                    | 408 499   | → | FR |
| 10 | Koodpo                            | 406 156   | → | FR |



## Classements thématiques

### AIR DU TEMPS

Rencontres, Sexy,  
E-zines, Mode ...  
5027 sites

### ART ET CULTURE

Galerie, BD, Cinéma, Photo,  
Métiers d'Art, ...  
5162 sites

### INFORMATIQUE

Infographie, Langages,  
Matériels, Téléphonie ...  
5916 sites

### JEUX

Actu, Réseau, PBEM,  
Consoles, Réflexion, ...  
4018 sites

### LOISIRS

Aviation, Hobbies, Humour,  
Gastronomie, Sorties, ...  
6036 sites

### MUSIQUE - RADIO

Electronique, Variété, Radio,  
Studios, Tablatures, ...  
4412 sites

### NATURE EVASION

Balades, Jardins,  
Tourisme, Webcams, ...  
4133 sites

### NET PRATIQUE

Annuaire, Annonces,  
Outils, E-Commerce, ...  
4567 sites

### SCIENCES - SAVOIRS

Education, Santé,  
Astronomie, Religions, ...  
3075 sites

### SOCIÉTÉ

Entreprises, Droit, Média,  
Forum, Famille, ...  
5247 sites

### SPORTS - PASSIONS

Auto - Moto, Chasse,  
Football, Extrême, ...  
4844 sites

## Publicité

LIVRET ÉPARGNE ORANGE  
ING DIRECT  
[www.ingdirect.fr](http://www.ingdirect.fr)

**5%\***  
pendant 3 mois

+50€ offerts

\*Voir conditions de l'offre

## Ils aiment Weborama

[Témoigner](#)

Weborama me permet de consulter mes statistiques en un clic de manière claire et détaillée.  
J'aime aussi le fait que les visiteurs puissent voter pour le site qu'ils visitent.

Weborama est vraiment pratique, très sympathique et nous fait découvrir d'autres sites, tous plus utiles les uns que les autres.

Raphaël Dupertuis  
Webmestre du site [Placepublique.org](http://Placepublique.org)



Il est 10h11,  
lundi 13 février 2006

Les **bananajeux** Bananagrat' | Bananatombola | Bananacash



Votre grille pour le tirage du  
**lundi 13 février 2006**

**1**  
Votre 1ère  
Grille

|    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|
| 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |
| 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | 32 | 33 | 34 | 35 |
| 36 | 37 | 38 | 39 | 40 |
| 41 | 42 | 43 | 44 | 45 |
| 46 | 47 | 48 | 49 |    |

**2**  
Votre  
Choix

Sélectionner vos  
numéros

ou

Laisser faire  
le hasard

**3**  
Inscrivez-vous  
GRATUITEMENT



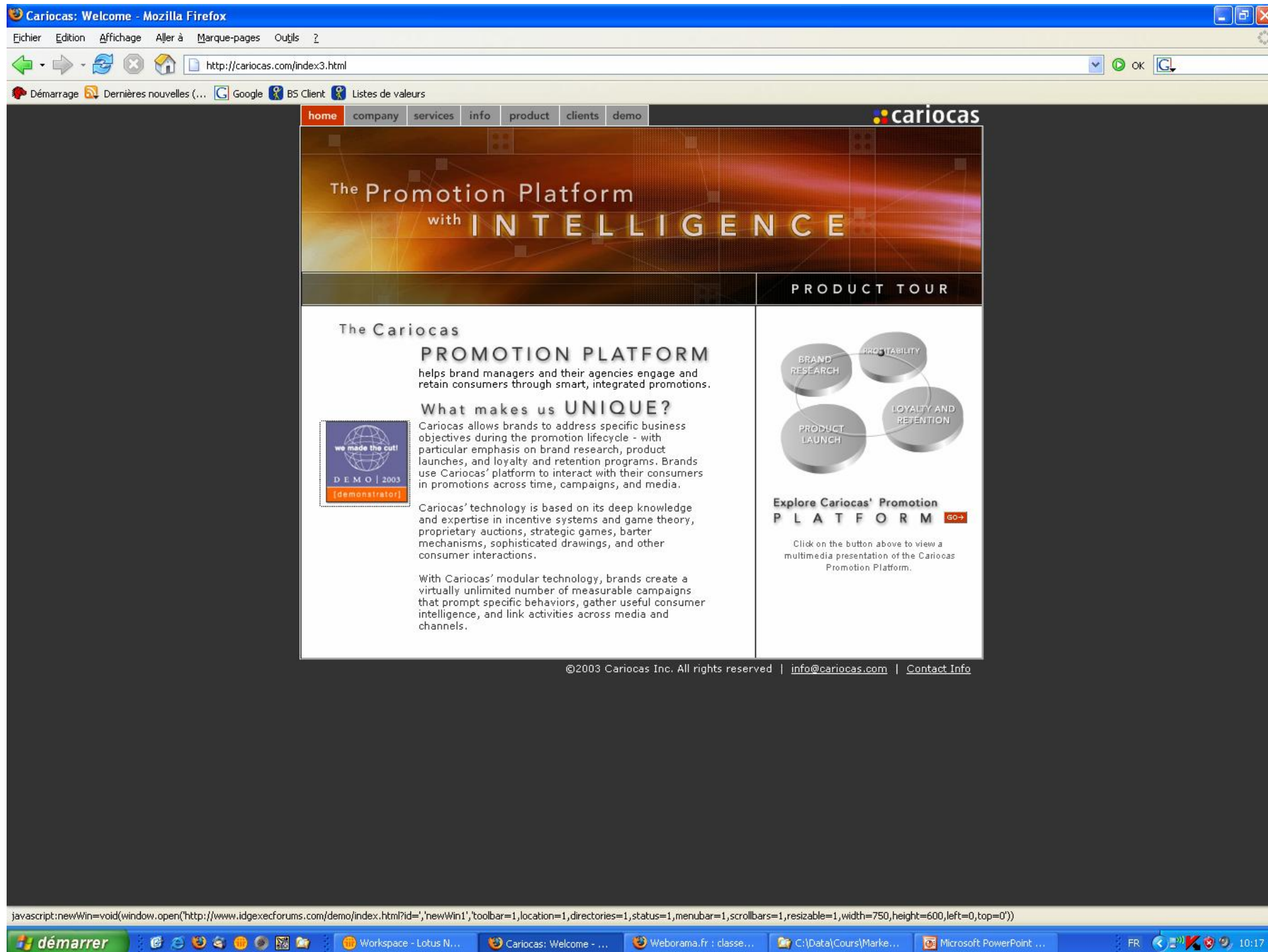
Cliquez ici et accédez à  
notre formulaire d'inscription

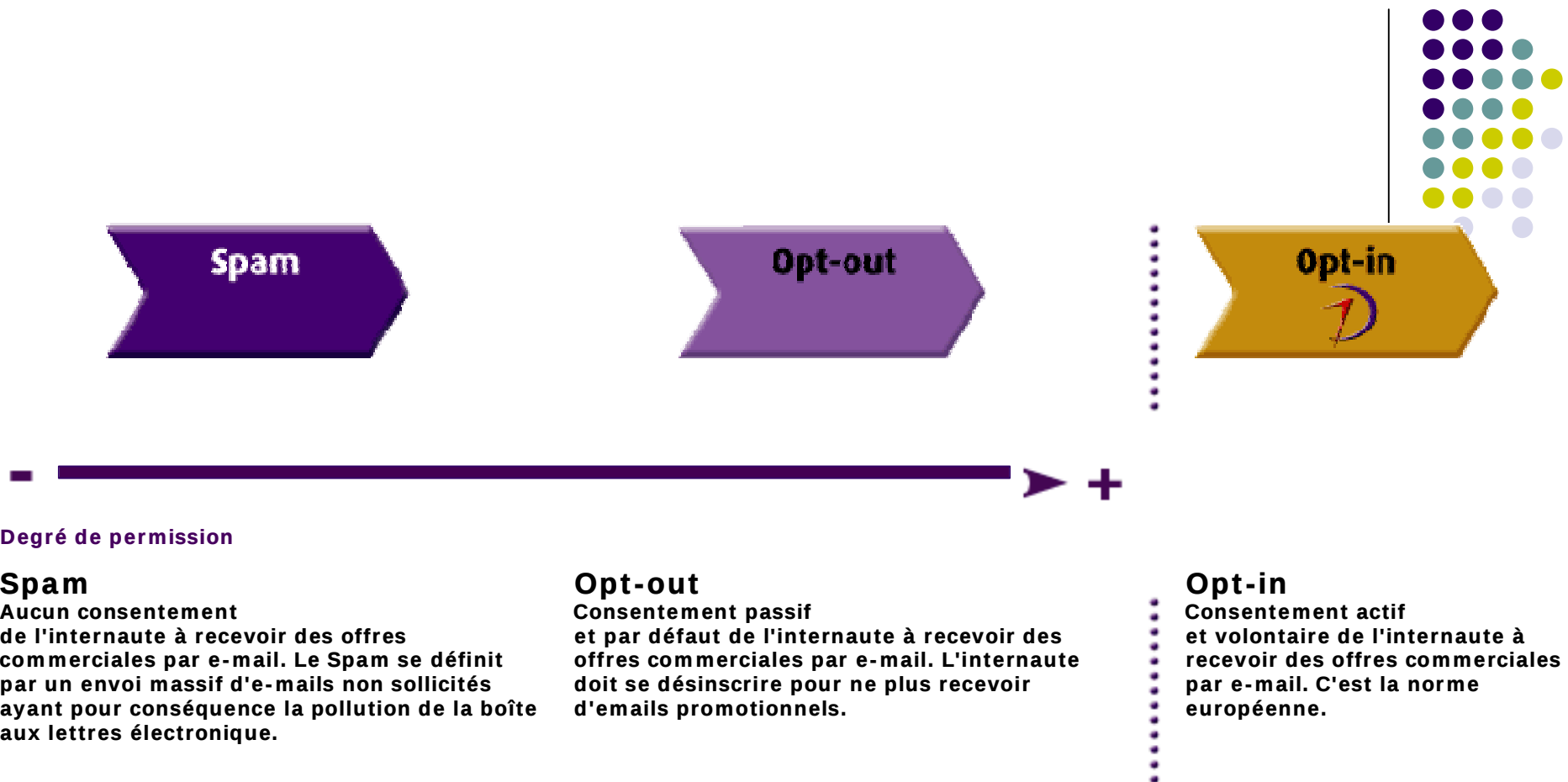
Votre  
sélection 15 47 13 16 36 32 2

Jouer - Résultats

Goodies - Règlement - Protection des données - FAQ - Contact  
Qui sommes-nous ? - Annoncez sur fr.bananalotto.com - Accueil

Copyright © 2006, Beweb - Tous droits réservés - Jeu gratuit sans obligation d'achat





[Directive n°2002/58/CE sur la protection des données personnelles du 12 juillet 2002](#)

# Optizen : Message Designer



Message Designer - GR\_GR\_0351\_ML\_EntertainB\_005\_KKE

File Edit Insert Table View Help

Times New Roman

CA  
CF  
CH  
CL  
CN  
CZ  
DE  
DK  
EG  
ES  
ES\_ES\_0349\_ML\_P900launch\_001\_KK  
ES\_ES\_GL\_GL\_0351\_ML\_EntertainA\_C  
FI  
FR  
GLOBAL  
GR  
GR\_GR\_0349\_ML\_P900launch\_001\_KI  
GR\_GR\_0351\_ML\_EntertainB\_005\_KK  
HK

Messages Images

Rich Content Plain Text

Message

Sony Ericsson

**Διασκέδαση  
εν κινήσει**

Αγαπητέ,

Οι φίλοι σας στη Sony Ericsson αναπτύσσουν συνεχώς τις ψυχαγωγικές δυνατότητες του κινητού σας.

Επισκεφτείτε το τόπο της Sony Ericsson και ρίξτε μια ματιά στα υπέροχα νέα αξεσουάρ και στις λειτουργίες που μπορείτε να «κατεβάσετε». Όπου κι αν βρίσκεστε με το κινητό σας, μπορείτε να έχετε τώρα περισσότερες δυνατότητες διασκέδασης. Και εννοούμε οποιουδήποτε.

Με τιμή,  
Η Ομάδα της Sony Ericsson

Profile update  
Προσέχω  
Sony Ericsson

Τηλεφωνική ισχύς

**Παίξιμο σ' όλο το δωμάτιο!**

Το Bluetooth™ Car CAR-100 είναι μια μινιατούρα αυτοκινήτου που τροφοδοτείται και ελέγχεται από το τηλέφωνό σας. Μπορείτε να το ελέγχετε από απόσταση 10 μέτρων και να διασκεδάσετε επί ώρες!

► Διαβάστε περισσότερα

Το κλασικό αγαπημένο

**V-Rally / V-Rally2**

Κατεβάστε κάθε είδος διασκεδαστικού υλικού V-Rally: wallpapers, ήχους κλήσεως, ακόμα και όλο το παιχνίδι για το κινητό σας! Καθénas μπορεί να συμμετάσχει στις εικόνες και στους ήχους – καθώς και στη δράση!

► Διαβάστε περισσότερα

Έσχατη δράση σε παιχνίδια για κινητά

**Είπατε κινητό ή κονσόλα;**

Στερεώστε το Gameboard EGB-10 στο κινητό σας, για πραγματική δύναμη και

Μουσική διασκέδαση

Use Name Url

1 SEM I... http://www.son  
1 Visit t... http://www.son  
1 Profile... http://194.7.12  
1 Comin... http://www.son  
1 Sony ... http://www.son  
1 Christ... http://www.son  
1 Car\_t... http://www.son  
1 Car\_r... http://www.son  
1 Car\_j... http://www.son  
1 V-Rall... http://www.son  
1 Vrally... http://www.son  
1 Vrally... http://www.son  
1 Game... http://www.son  
1 Game... http://www.son  
1 Chan... http://194.7.12  
1 Music ... http://www.son  
1 Music ... http://www.son  
1 Radio... http://www.son  
1 Radio... http://www.son  
1 My pic... http://www.son  
1 Highs... http://www.son  
1 Music ... http://www.son

training  
New Folder  
CIP\_Consumers  
USERS\_VALIDATION  
USERS\_TEST  
USERS\_TRAINING  
System

start Verzonden items ... Vacature sms4job... Naamloos - Berich... Microsoft PowerP... C:\Documents an... Sony Ericsson E-M... Message Design... 11:53 PM



# Optizen : Segment Editor



Messagent Manager - Segments Editor

File Edit View Help

List Management

- List Design
- List Data
- Sql
- Segments
- Import Data

Segments

Create and modify segments on user lists

demo

- Base Contest
- Base master
- firstdirect
- Nectar
- NECTAR\_POINTS
- Nestle
- Sony Ericsson Users
- USERS\_NECTAR\_BIRTHDAY
- USERS\_NECTAR\_CONTEST
- USERS\_NECTAR\_SURVEY
- MediaPoll
- Roularta
- SurveyValidate
- Telenet
- Travel
- MYFIRSTLIST
- NECTAR\_DEMO\_2
- TEST\_HLN
- USERS\_TELENET2

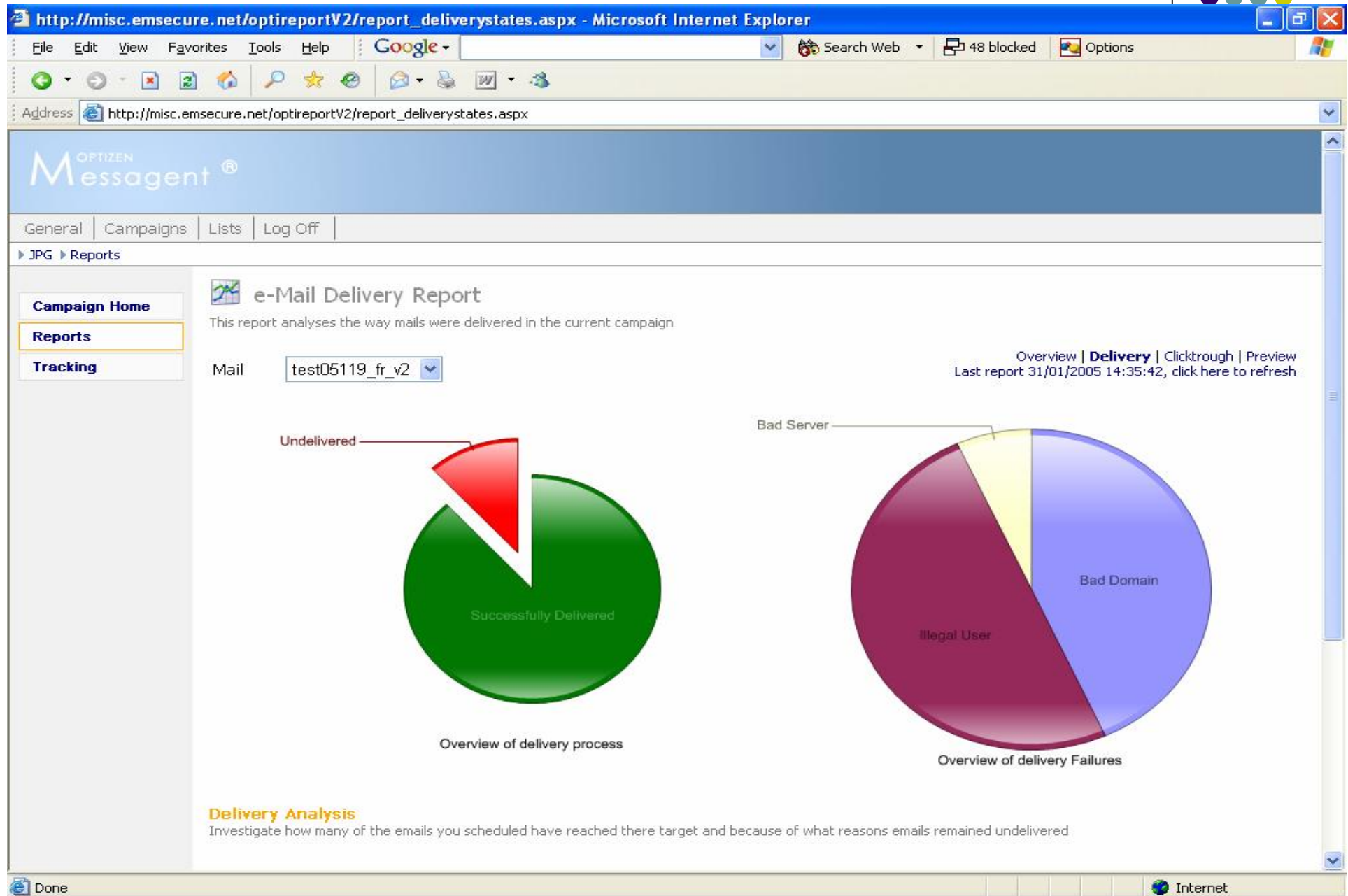
| Segment       | Description | Constraint              |
|---------------|-------------|-------------------------|
| Argentina     |             | COUNTRY='Argentina'     |
| Austria       |             | COUNTRY='Austria'       |
| Belgium       |             | COUNTRY='Belgium'       |
| Brasil        |             | COUNTRY='Brasil'        |
| Canada        |             | COUNTRY='Canada'        |
| Chili         |             | COUNTRY='Chili'         |
| Colombia      |             | COUNTRY='Colombia'      |
| Croatia       |             | COUNTRY='Croatia'       |
| Denmark       |             | COUNTRY='Denmark'       |
| Finland       |             | COUNTRY='Finland'       |
| France        |             | COUNTRY='France'        |
| Germany       |             | COUNTRY='Germany'       |
| Hong Kong     |             | COUNTRY='Hong Kong'     |
| Indonesia     |             | COUNTRY='Indonesia'     |
| mannen        | none        | GENDER='male'           |
| Netherlands   |             | COUNTRY='Netherlands'   |
| Portugal      |             | COUNTRY='Portugal'      |
| Singapore     |             | COUNTRY='SINGAPORE'     |
| South Africa  |             | COUNTRY='South Africa'  |
| Spain         |             | COUNTRY='Spain'         |
| Suisse        |             | COUNTRY='Suisse'        |
| Sweden        |             | COUNTRY='Sweden'        |
| Thailand      |             | COUNTRY='Thailand'      |
| United States |             | COUNTRY='United States' |

Value Function Operator

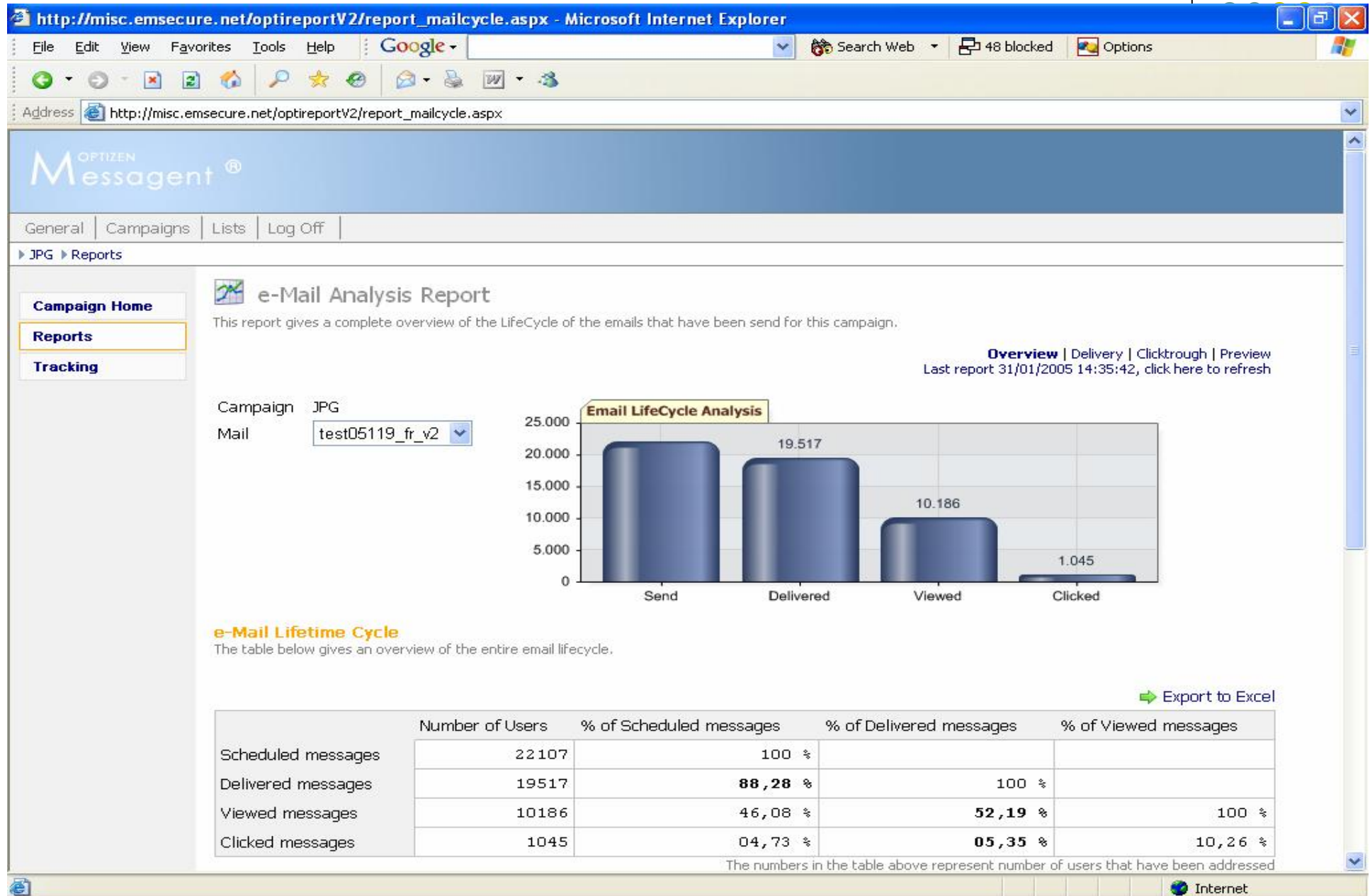
COUNTRY="Belgium"

Formula has correct syntax !

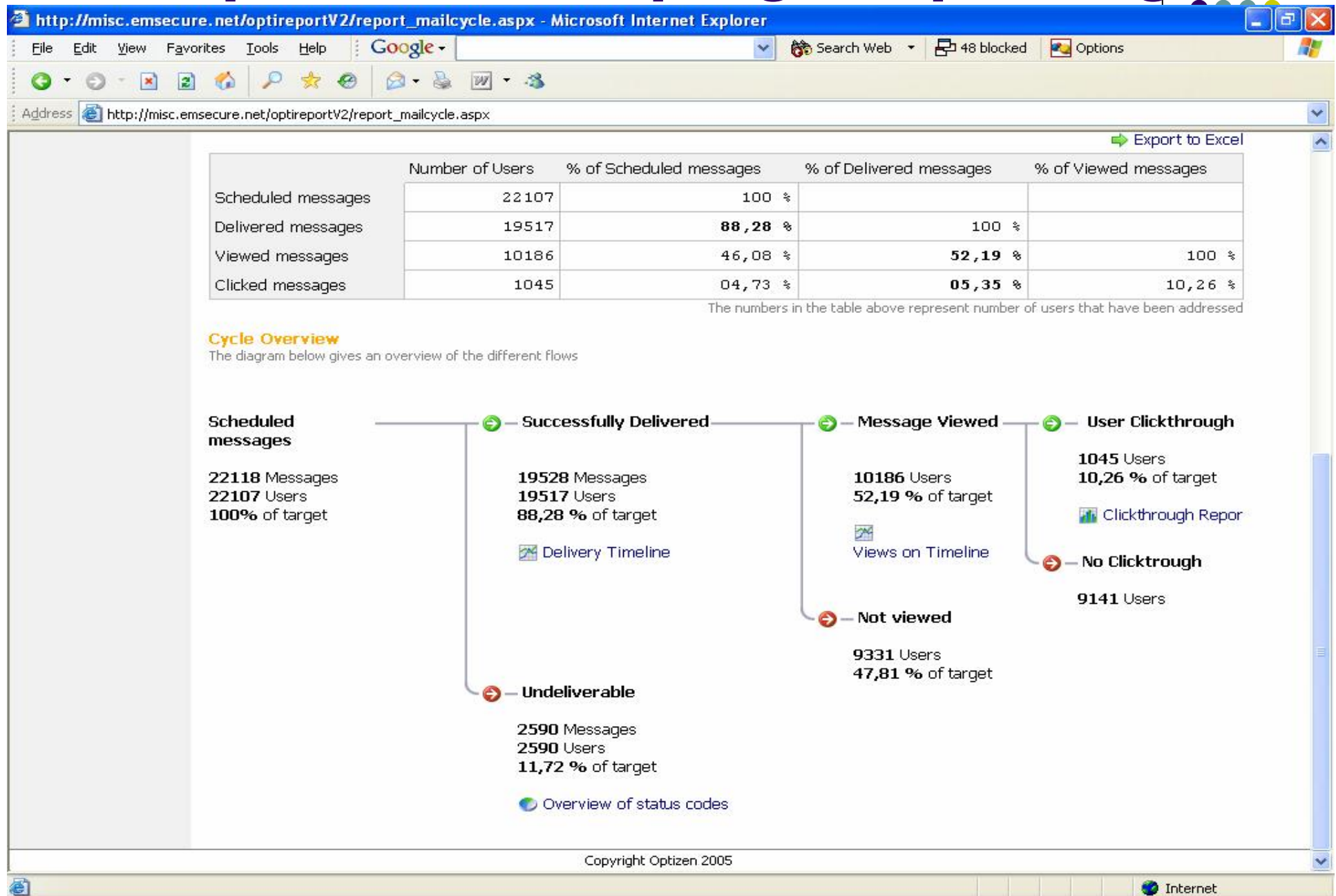
# Optizen : Campaign reporting



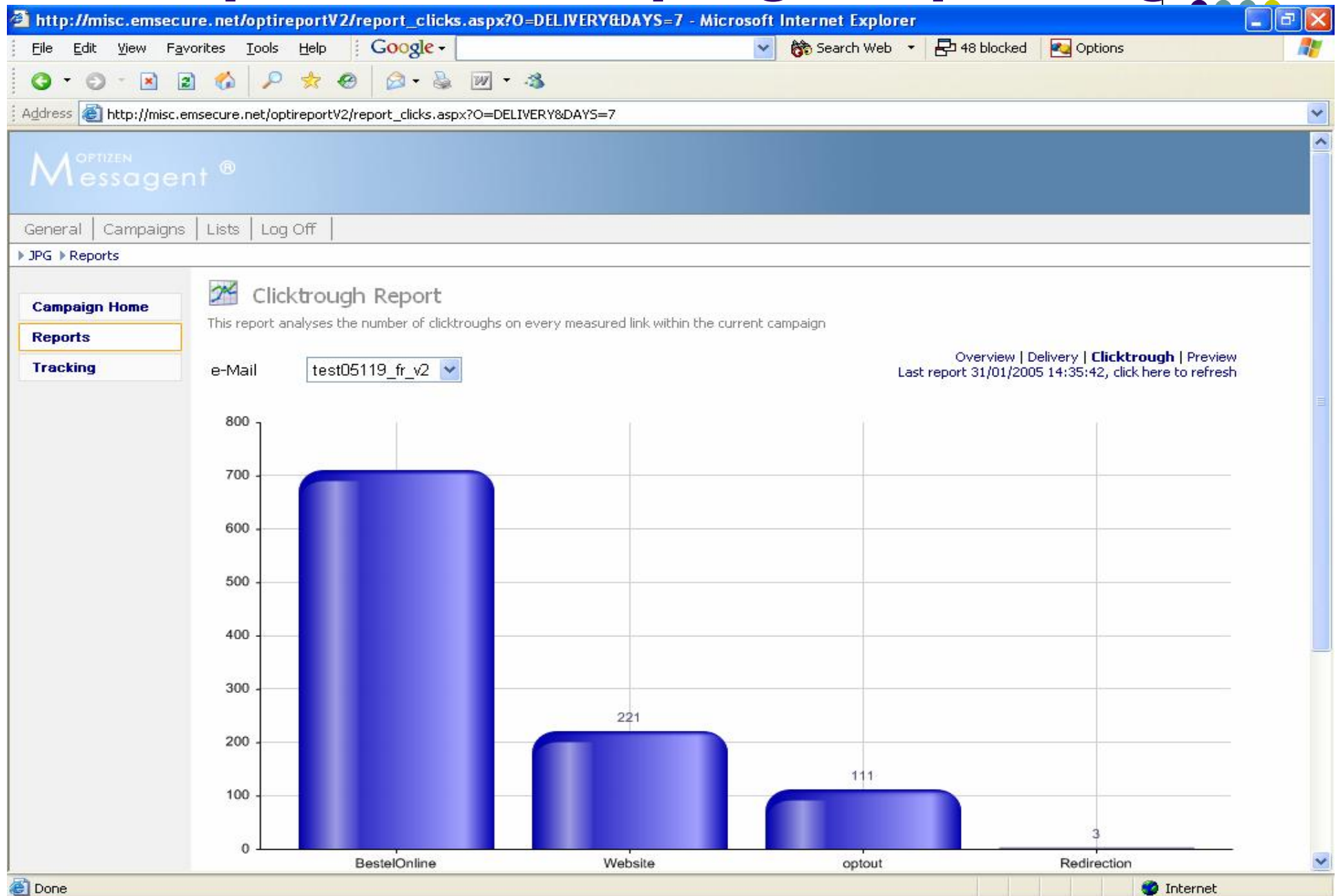
# Optizen : Campaign reporting



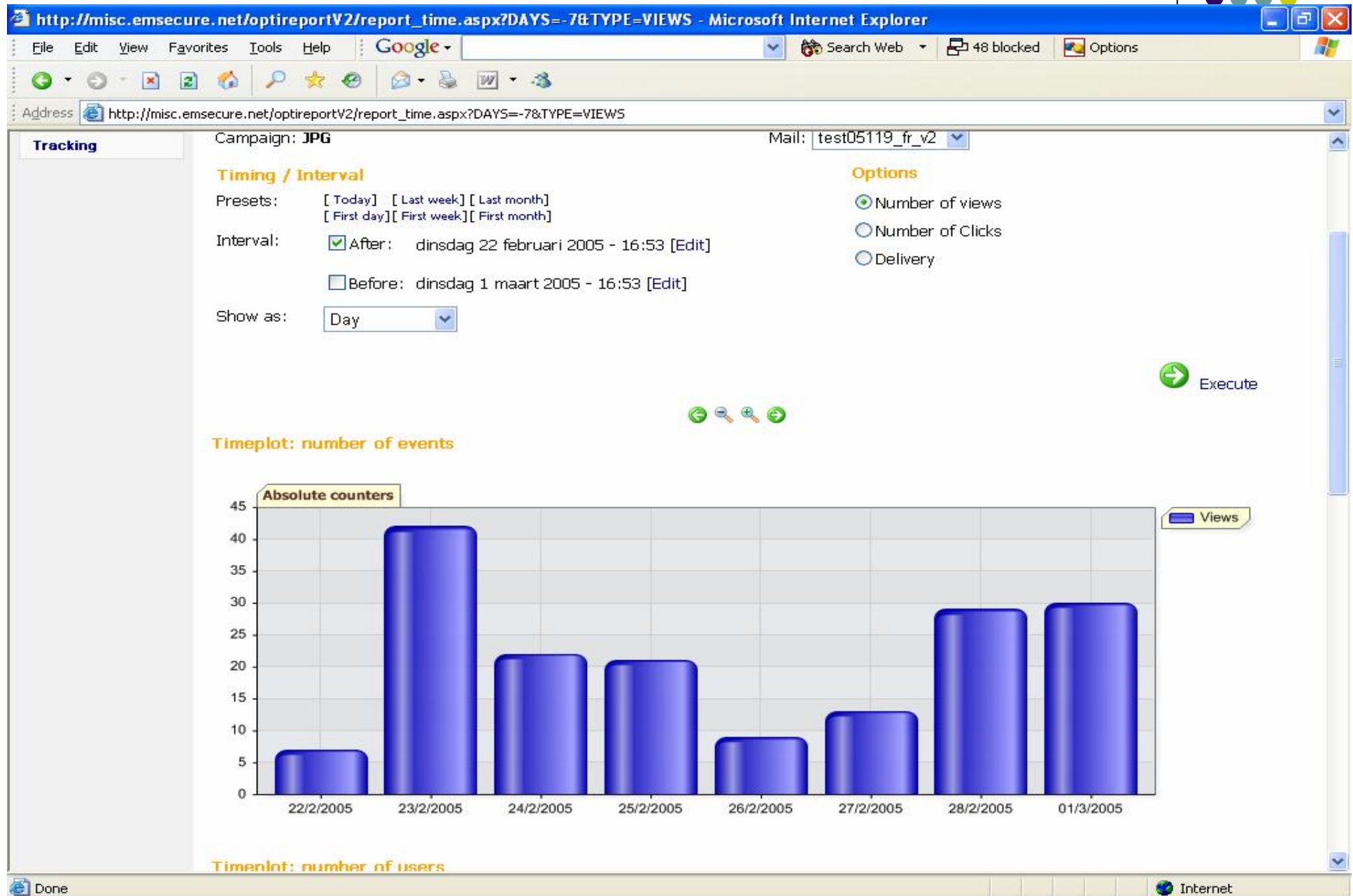
# Optizen : Campaign reporting



# Optizen : Campaign reporting



# Optizen : Campaign reporting



## 4.2 Customer Relationship Management

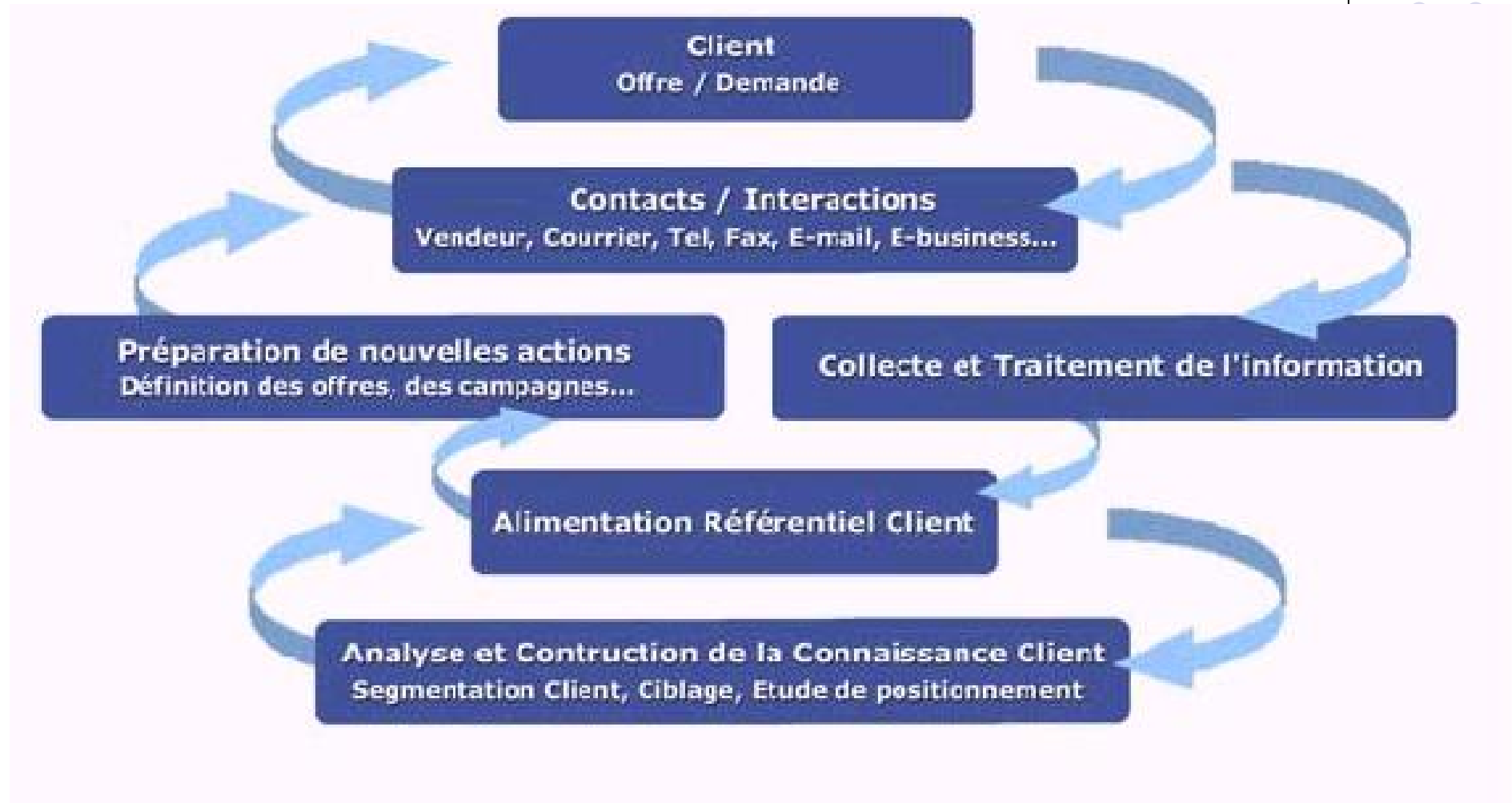


- Ø Gestion de la Relation Client : ensemble des outils et techniques informatiques destinés à capter, traiter et analyser les informations relatives aux prospects et clients dans le but de les fidéliser.



... Mais c'est pour notre bien !!!

# Customer Relationship Management

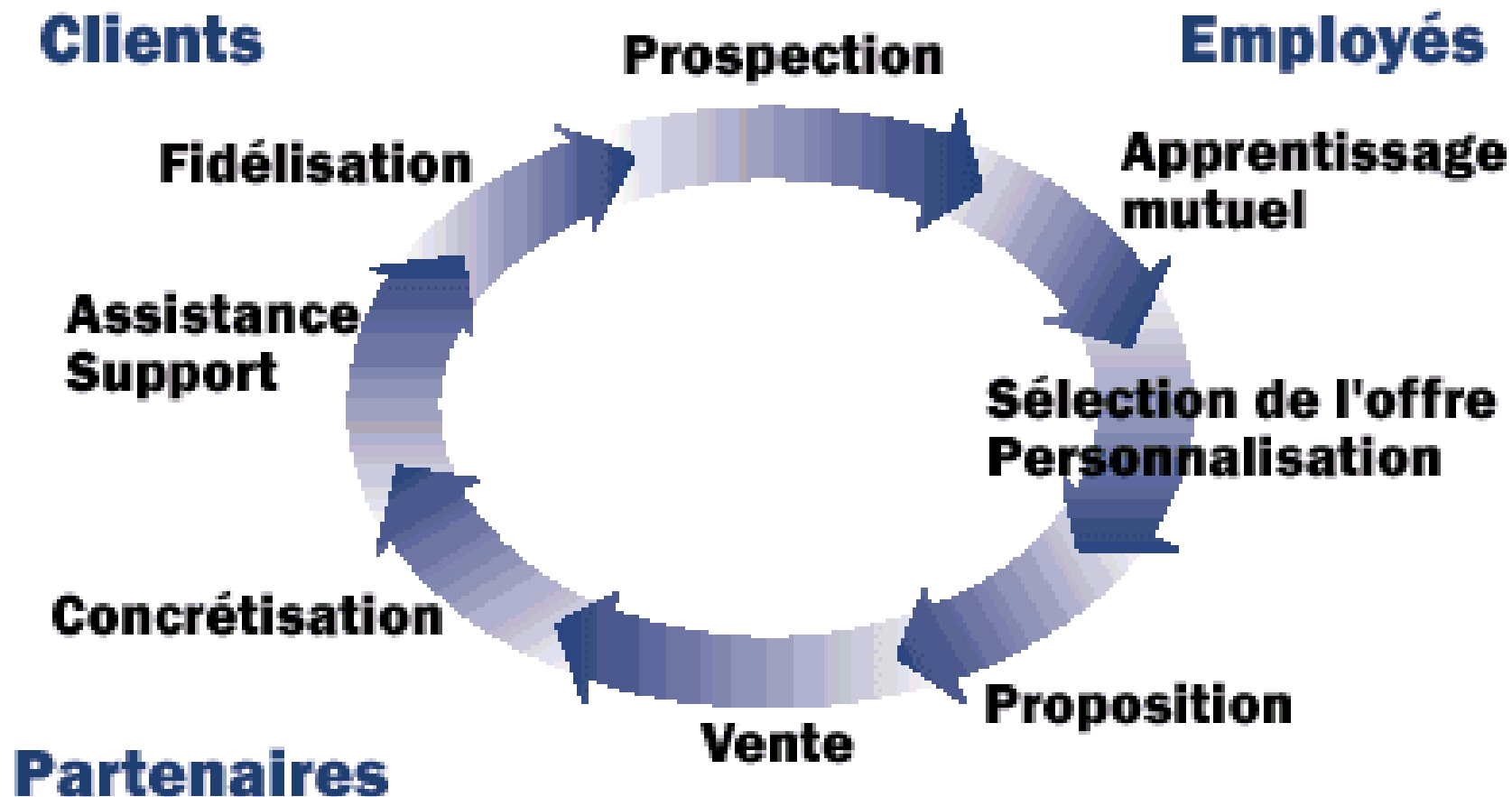


... Mais c'est pour notre bien !!!

# Cycle de vie du client



## Le cycle de vie du client



## Customer Relationship Management (2)



### Ø Étapes de la personnalisation sur comportements de visite

1. Identifiant assigné à chaque visiteur (cookie ou login)
2. Observation de son comportement et mémorisation des rubriques visitées, des produits consultés et achetés
3. Un profil de visiteur lui est attribué – technique de scoring
4. Lors de sa prochaine visite, son environnement sera personnalisé

**... Mais c'est pour notre bien !!!**

## Customer Relationship Management (3)



- ∅ Le système de Call Back :
  - ∅ Rappel automatique de l'internaute
  - ∅ Disponible la plupart du temps 24 h / 24
  - ∅ Assistance à la fois téléphonique et informatique (navigation conjointe)
  - ∅ Service gratuit qui évite les coûts téléphoniques souvent dissuasifs
  - ∅ Permet encore une fois d'alimenter la BDD clients de l'entreprise

**Le web au service du téléphone**

## 4.3 L'interactivité



- ∅ Des bannières de plus en plus attractives



- ∅ Différences avec le 4x3 ou la TV

**Des bannières de plus en plus attractives...**

# L'interactivité



Ø Des bannières de plus en plus attractives

A promotional banner for Microsoft Office XP. The banner has a red and orange background. At the top, it says 'OFFICE XP À PRIX ÉTUDIANT !' in white. Below this, on the left, is a small image of the Office XP software box. To the right of the box, the word 'Pour' is in white, followed by a large '185 €\*' in white. Below the price, it says 'Word, Excel, PowerPoint et Outlook' in white. A white box with a red border contains the text 'SOIT JUSQU'À 70% D'ÉCONOMIE\*'. Below this, it says 'Pour en profiter cliquez ici !' in white. At the bottom left is the 'Microsoft Office xp' logo, and at the bottom right is the 'Microsoft' logo. Small text at the bottom right says 'Offre soumise à conditions'.

... et interactives !!!

# L'interactivité



... et interactives !!!

## 5. Limites de la personnalisation



### 5.1 Limites commerciales

### 5.2 Limites légales

### 5.3 Faut il enterrer le 1to1 ?

# Limites de la personnalisation



## ∅ Limites commerciales

- | Un produit pas toujours adapté (voitures, ...)
- | Des surcoûts logistiques (Livraisons, ....)
- | Un choix trop important et donc trop complexe (Base de données énormes, outils de production en flux tendu, stockage et logistique complexes,...)
- | Une gestion des retours difficile

**Est ce vraiment un concept génial et pérenne ...**

# Limites de la personnalisation



## ∅ Limites de l'informatique

- | Taux d'équipement encore faible
- | Derrière un PC, souvent plusieurs utilisateurs
- | Qualité des informations recueillies
- | En B2C, problème du règlement par carte bancaire

## ∅ Limites légales

- | Protection des données collectées
- | Le spamming (Pouriel)
- | Opt-in ou Opt-out ?

**Est ce vraiment un concept génial et pérenne ...**

## 5.3 Le marketing 1 to 1 est-il fiable ?



- ∅ Chaque comportement est unique : l'automatisation ne peut pas tous les déduire
- ∅ Le 1 to 1 est un concept : la théorie ne correspond pas toujours à la pratique
- ∅ Bref : un concept génial mais dans lequel la part humaine reste indispensable (paramétrage logiciels par les marketeurs voire marketing 1 to 1 « humain »...)

**... ou bien juste un effet de mode ???**

# Exemple de stratégie 1to1



- ∅ Avant la personnalisation : WIND'S UP.
- ∅ Après la personnalisation : METEOALERT
- ∅ Gains apportés par la personnalisation :
  - | Pour le client
  - | Pour l'entreprise

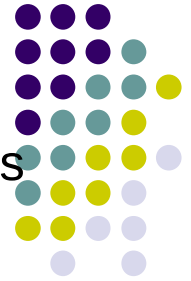
# Avant la personnalisation : WIND'S UP



- ∅ Société de service Météo
  - | Propose des informations de vent et vagues en temps réel sur une zone locale et réactualisées toutes les ½ h
  - | Exemple : La Baule – 14 h 12 - Nord Ouest
    - | Vent Moyen : 10 nœuds
    - | Vent maxi : 14 nœuds
    - | Vent mini : 8 nœuds
  - | Supports :
    - | Audiotel : 0.56 € / appel - 12 € / 2 heures ou 46 € / an
    - | Minitel : 0.34 € / min
    - | Web : 12 € / 2 heures ou 46 € / an
  - | Audience :
    - | Entre 5 000 et 20 000 appels / mois !!!
  - | Problème :
    - | Les personnes hésitent à acheter un service s'il ne sont pas sûr de pouvoir naviguer par la suite (l'information s'avère parfois inutile)

**Une idée géniale mais ... à développer**

# Après la personnalisation : METEOALERT



- ∅ Concept : utiliser l'information WUP en l'appliquant aux différentes techniques 1 to 1
  - | Envoi de l'information uniquement quand l'utilisateur est sûr de pouvoir naviguer
  - | Envoi de l'info sur son mobile (via les SMS)
  - | C'est l'utilisateur qui paramètre lui même le « logiciel » :
    - | Définit 2 zones géographiques
    - | Définit un seuil de vent minimum
    - | Définit les plages horaires ou les jours pendant lesquels il veut ou non recevoir l'information
- ∅ Marché de la planche à voile :
  - | 150 000 planchistes réguliers
  - | 500 000 planchistes occasionnels
- ∅ Marché des SMS :
  - | 156 millions de SMS / mois en Europe
  - | En 2003 : 19.6 milliards € de revenus pour les opérateurs

**Marché niche mais 100% de cette niche est intéressée**



## Après la personnalisation : METEOALERT (2)

∅ Business model :

- I Fidéliser les clients grâce aux abonnements.

|               | PRIX TTC METEOALERT                                 |                              |                                                      |                               |
|---------------|-----------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Nombre de SMS | Prix de vente : Surf <u>OU</u> Windsurf (en Euros). | SMS + Option WAP (en Euros). | Prix de vente : Surf <u>OU</u> Windsurf (en Francs). | SMS + Option WAP (en Francs). |
| 100           | 25                                                  | 32.62                        | 163.99                                               | 213.99                        |
| 50            | 17.50                                               | 25.12                        | 114.79                                               | 164.79                        |
| 20            | 8                                                   | 15.62                        | 52.48                                                | 102.48                        |
| 10            | 5                                                   | 12.62                        | 32.80                                                | 82.80                         |

|                 | PRIX TTC WIND'S UP                                  |                                                      |
|-----------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Nombre d'appels | Prix de vente : Surf <u>OU</u> Windsurf (en Euros). | Prix de vente : Surf <u>OU</u> Windsurf (en Francs). |
| 100             | 56                                                  | 365                                                  |
| 50              | 28                                                  | 182.65                                               |
| 20              | 11                                                  | 73                                                   |
| 10              | 5.6                                                 | 36.5                                                 |

**Des prix ultra compétitifs**

# Gains apportés par la personnalisation



- Ø Pour le client :
  - Ø Coût réduit
  - Ø Facilité et simplicité d'utilisation
  - Ø L'assurance d'un contenu pertinent
  
- Ø Pour l'entreprise :
  - Ø Faible investissement technologique
  - Ø Rapidité de mise en service
  - Ø Facilité de maintenance : externalisation vers un partenaire (SWAPCOM ou NETSIZE)

**Encore une fois, tout le monde est GAGNANT**

## Conclusion



- Ø La personnalisation est devenue rapidement une variable incontournable du Marketing.
- Ø Même si elle ne peut s'appliquer à toutes les stratégies ou tailles d'entreprises.
- Ø Toutefois, on peut tout de même la qualifier de 5ème P du Marketing Mix ...

## Le 5ème P du Mix