



23-06-2010

Un nouveau genre de marketing basé sur les conversations émerge des ruines de la publicité

Des études ont démontré que la plupart des consommateurs étaient demandeurs d'un dialogue avec les marques et les entreprises qu'ils rencontrent. On constate toutefois que seuls 10 % des spécialistes européens du marketing se joignent effectivement à la conversation sur un même pied d'égalité.

Le livre *The Conversation Manager*, paru aujourd'hui et écrit par Steven Van Belleghem, Managing Partner chez InSites Consulting, explique aux professionnels du marketing comment et pourquoi ils devraient s'impliquer dans le dialogue permanent autour de leur marque.

La sortie de *The Conversation Manager* en anglais vient après le succès que cet ouvrage a connu en Belgique, pays natal de Steven, où plus de 7.000 exemplaires ont été écoulés en seulement quelques mois. À la fois guide et manifeste, ce livre propose une nouvelle approche du marketing qui ne manquera pas d'attirer l'attention de tous les spécialistes du marketing.

À mesure que les gens se désintéressent de la publicité traditionnelle, les professionnels du marketing doivent bâtir un nouveau type de relation avec leur public, explique Steven. L'ascension du « consommateur » les pousse en effet à apprendre à écouter et à parler aux clients.

L'histoire du consommateur rejoint en fait celle du marketing viral (ou word-of-mouth). Dans le monde social et digital d'aujourd'hui, le word-of-mouth s'est transformé en worLd-of-mouth. On utilise les mêmes principes qu'il y a 100 ans, mais à une vitesse beaucoup plus grande. Partant du principe que le word-of-mouth constitue la clé de la croissance de nos jours, le Conversation Manager a la capacité de l'intégrer dans toutes les démarches marketing de sa marque.

Le livre de Steven est un guide pour comprendre le rôle du Conversation Manager. Il explique la logique, les outils pratiques et l'inspiration qu'un professionnel du marketing doit acquérir et ensuite consacrer au dialogue plutôt qu'à une communication du haut vers le bas.

Un Conversation Manager aura tendance à passer du temps à interagir avec les consommateurs, en facilitant et en observant la conversation, et parfois en réagissant. Il consacrerait aussi une partie de son temps au développement de nouveaux produits. Mais sa fonction n'est pas uniquement tournée vers l'extérieur : il ou elle peut également diriger la conversation au sein de l'entreprise.

À certains égards, Steven voit le Conversation Manager comme le successeur de l'Advertising Manager. Notons qu'il a également apprécié le vif débat que son livre a provoqué. « Certaines personnes n'aiment peut-être pas ce que je dis, mais il s'agit souvent de personnes qui ne sont pas en contact avec le consommateur ».



Contact:
Steven Van Belleghem
Managing Partner – InSites Consulting
Author - *The Conversation Manager*
Steven.VanBelleghem@insites.eu
T +32 9 269 16 07 | M +32 497 47 34 44

Communiqué de presse - 23-06-2010

À propos de *The Conversation Manager*

Pour en savoir plus sur Steven Van Belleghem et *The Conversation Manager*, rendez-vous sur www.theconversationmanager.com.

Vous souhaitez obtenir un exemplaire pour recension ? Veuillez contacter Anke Moerdyck (anke.moerdyck@insites.eu)

InSites Consulting

InSites Consulting est leader du marché dans le domaine des études de marché en ligne et occupe une forte position internationale. Elle a été fondée comme une spin-off de la Vlerick Leuven Gent Management School. Grâce à une communauté en ligne baptisée TalkToChange et comptant plus de 2 000 000 membres dans 25 pays européens, l'agence organise des études de marché en ligne, tant quantitatives que qualitatives. InSites Consulting compte 90 collaborateurs hautement qualifiés et expérimentés à Gand, Rotterdam, Londres et Genève. InSites Consulting est synonyme d'expertise, de consultance et d'innovation. Plus d'informations sur notre site www.insites.eu et notre blog <http://blog.insites.be>.