

marketing

février - mars 2016



En couverture

Comment doper le ROI du social media

L'apport des médias sociaux n'est plus à prouver, Reste à évaluer leur contribution à un impact positif sur les ventes ou sur la notoriété. 34

Insights

L'INVITÉ DU MOIS 8
Prédéric Duval, directeur général & Amazon France

VUE DU WEB 12

LES ÉVÉNEMENTS

Le Retail's Big Show met le client sur un piédestal 16

Le CES 2016 se connecte à l'IoT 18

RENCONTRES 20

Nicolas Golleau (Roth Observatoire International)

Vladimir Djurovic (Labbrand) 22

REGARDS CROISÉS 14

Rob Norman, Chief Digital Officer (GroupeM)
Rubriques sponsorisées par L'ÉCOLE POSTALE BUSINESS

IL FALLAIT Y PENSER 24

ID DU MOIS

Salaires : le digital fait exception à la morosité 26

Le marketing "neutre" du paquet de cigarettes 28

Data sharing : pourquoi partager ses données? 30

PLANÈTE MARKETING 32
L'ère des mamans connectées

Expertise

DÉCHYPTAGE 48
Casewain : l'innovation mJotee aux petits oignons

Columbus Café, un succès "made in France" 52

SAG 56
Les Gens au service des marques

PORTFOLIO 60
Les coups de cœur du directeur de la création de Pschhh

Atelier et digital

AdWords. Comment concevoir une campagne de référencement payant efficace Mobile-to-store. Générer du trafic... et des ventes 62

PANORAMA 66
Médias féminins. Comment construire des communautés et les monétiser

CHRONIQUE 72
En 2016, le marketing relationnel sera social (Catherine Michaud, TBWA)

LE JOURNAL DU VILLAGE 73

LE MOT DE LA FIN 74

EN PAGE 49

Téléchargez l'application du magazine :

ANDROID APP ON Google play

Téléchargez dans l'App Store

