

# LA BCD

Marketing  
& communication

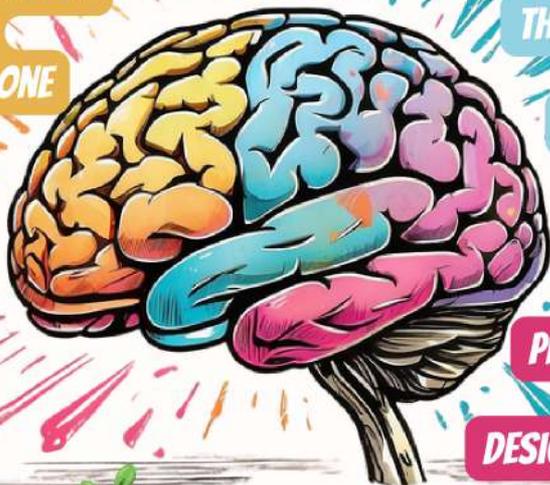
Par Olivier Nallis

## THE GOOD FEUILLES



J'AI BESOIN D'UN  
NOUVEAU  
SMARTPHONE

JE CONNAIS  
THOUTCHOUM,  
APPELLE,,  
MICROBIOT



PRIX,  
PROCESSEURS,  
PHOTOS,  
DESIGN... J'HÉSITE



**NOUVEL AÏEPHONE GREEN ÉCOLO**

**COMME ON NE LES PAIE PAS, NOS OUVRIERS SONT TOUS  
ÉCOLOS ET ROULENT EN VÉLO, C'EST BON POUR LA PLANÈTE !**



# L'ABCD MARKETING & COMMUNICATION

CE LIVRE A D'ABORD UNE VISÉE PÉDAGOGIQUE. LE CHOIX D'UN MÉDIA « BD » (AVEC PLUS DE TEXTE QU'UNE BD LOISIR) RENDRA L'APPRENTISSAGE PLUS AGRÉABLE, MAIS LE CONTENU EST TRÈS SÉRIEUX, MÊME LORSQU'IL EST IRONIQUE OU SARCASTIQUE.

LE MARKETING EST DE L'ARTISANAT POUR LIMITER LES RISQUES ET AUGMENTER LES CHANCES DE SUCCÈS. MÉFIEZ-VOUS DES ÉTUDES, DES EXPERTS ET DES SOLUTIONS « FAITES COMME » AMAZON, APPLE, GOOGLE, TESLA, NETFLIX OU AUTRES GRANDES RÉUSSITES ÉCONOMIQUES. JEFF BÉSOS VOULAIT CRÉER UNE GRANDE LIBRAIRIE PARCE QU'IL Y AVAIT BEAUCOUP PLUS DE LIVRES QUE DE PLACE DANS LES LIBRAIRIES AMÉRICAINES. IL N'Y A PAS LA PLACE POUR DEUX GOOGLE ET PERSONNE NE PEUT VOUS DONNER UNE RECETTE POUR FAIRE COMME EUX, MÊME PAS EUX-MÊMES ! CEUX QUI VOUS VENDENT DES STRATÉGIES ET DES RECETTES POUR FAIRE COMME EUX SONT DES ESCROCS.

PAR AILLEURS, LA RÉALITÉ DU MARKETING POUR 99,99 % DES ENTREPRISES N'A STRICTEMENT AUCUN RAPPORT AVEC LES GRANDES RÉUSSITES QUE L'ON VOUS MONTRE EN EXEMPLE.

MARKÉTÉTHIQUE? EST-CE POSSIBLE? OUI, EN THÉORIE, MAIS JE NE L'AI JAMAIS VU EN PRATIQUE. LE MARKETING PEUT-ÊTRE UN ENSEMBLE D'OUTILS ET DE PRATIQUES MIS AU SERVICE D'UNE ORGANISATION POUR COMPRENDRE LES BESOINS, METTRE EN LUMIÈRE DES PRODUITS ET DES SERVICES, LES DISTRIBUER, LES FAIRE « COLLER » D'AVANTAGE AUX ATTENTES DES UTILISATEURS ET DES CONSOMMATEURS, LES VALORISER PAR DE LA COMMUNICATION LA PLUS EFFICACE ET LA MOINS CÔUTEUSE.

MAIS EN PRATIQUE, C'EST PLUTÔT RACONTER N'IMPORTE QUOI POUR VENDRE À TOUT PRIX, FAIRE DES ENQUÊTES BIDONS, DES ÉTUDES QUI NE SERVENT QUE D'ARGUMENT JURIDIQUE, DU LOBBYING CACHÉ, DE LA « CORRUPTION » D'INFLUENCEURS DIVERS, DU GREENWASHING, DU RSE WASHING ET DU PILLAGE DE DONNÉES.

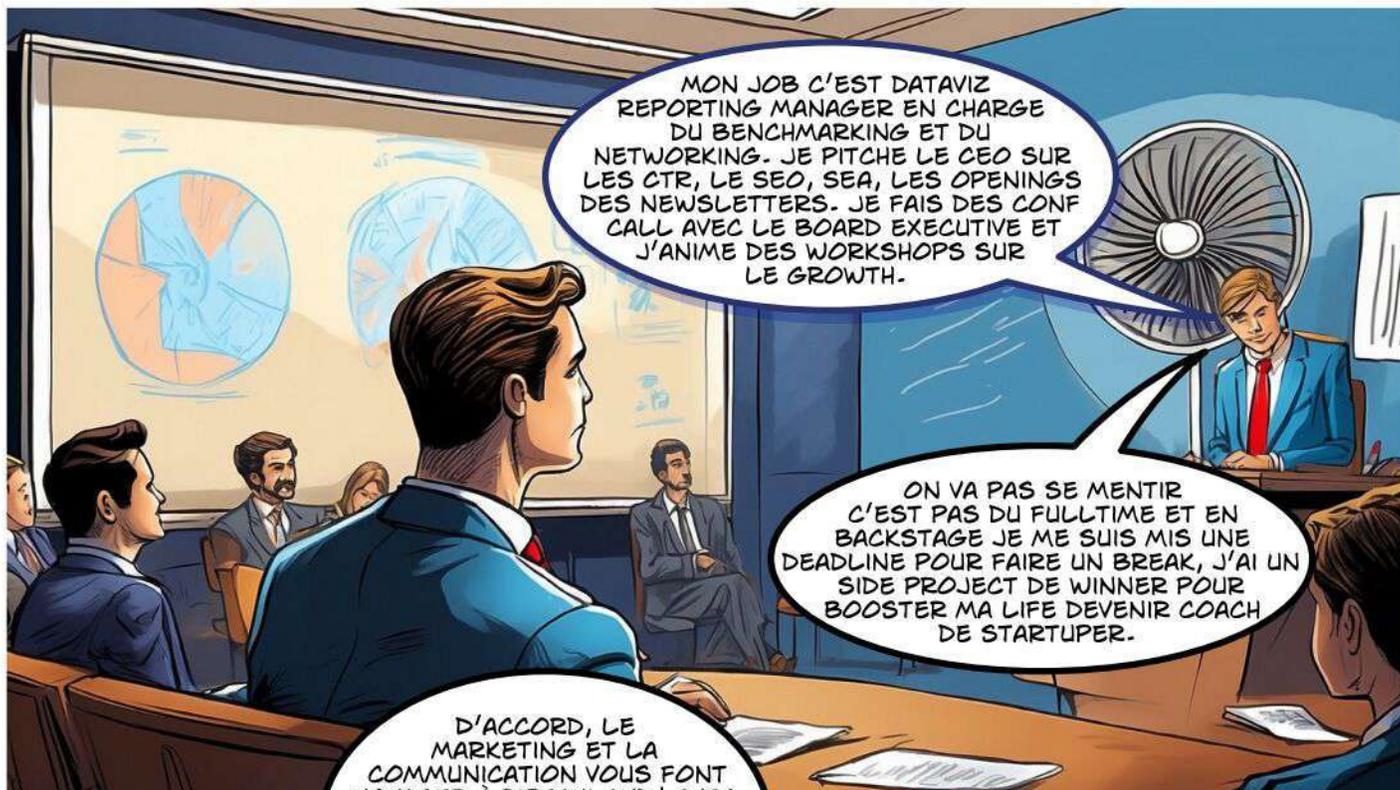
LES MARQUES ET LES MARKETEURS FONCTIONNENT FINALEMENT COMME LES DIRIGEANTS POLITIQUES AVEC DES DISCOURS INTÉRESSANTS JAMAIS SUIVIS DE FAITS. D'AILLEURS, LA PRESSION JURIDIQUE N'EST QU'APPARENTE. CERTES, ON NE PEUT PAS TOUT FAIRE, MAIS ON PEUT QUAND MÊME FAIRE N'IMPORTE QUOI, MÊME EN RESTANT DANS LE CADRE DE LA « LOI ». EN FIN DE COMPTE, LE MARKETING N'EST QU'UN INSTRUMENT UTILISÉ DANS UN CADRE SOCIAL, L'OBJECTIF DOMINANT EST DE FAIRE SEMBLANT ET DE PRÉSERVER L'INTÉRÊT INDIVIDUEL, FINANCIER ET IMMÉDIAT.

EN VOICI UNE APPROCHE.

## ART. L. 122-1 DU CODE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

LE DROIT D'EXPLOITATION APPARTENANT À L'AUTEUR COMPREND LE DROIT DE REPRÉSENTATION ET LE DROIT DE REPRODUCTION. EN CONSÉQUENCE DE QUOI, TOUTE PHOTOCOPIE NON AUTORISÉE EN DEHORS DE CELLE DESTINÉE À L'USAGE PRIVÉ EST UN DÉLIT DE CONTREFAÇON... LES IMAGES UTILISÉES ONT TOUTES ÉTÉ CRÉÉES À L'AIDE D'UNE IA : LEONARDO.AI. LES TEXTES SONT EN REVANCHE TOTALEMENT ET UNIQUEMENT RÉDIGÉS PAR L'AUTEUR.

CONCEPTION ET RÉALISATION : OLIVIER NALLIS



MON JOB C'EST DATAVIZ REPORTING MANAGER EN CHARGE DU BENCHMARKING ET DU NETWORKING. JE PITCHE LE CEO SUR LES CTR, LE SEO, SEA, LES OPENINGS DES NEWSLETTERS. JE FAIS DES CONF CALL AVEC LE BOARD EXECUTIVE ET J'ANIME DES WORKSHOPS SUR LE GROWTH.

ON VA PAS SE MENTIR C'EST PAS DU FULLTIME ET EN BACKSTAGE JE ME SUIS MIS UNE DEADLINE POUR FAIRE UN BREAK, J'AI UN SIDE PROJECT DE WINNER POUR BOOSTER MA LIFE DEVENIR COACH DE STARTUPER.

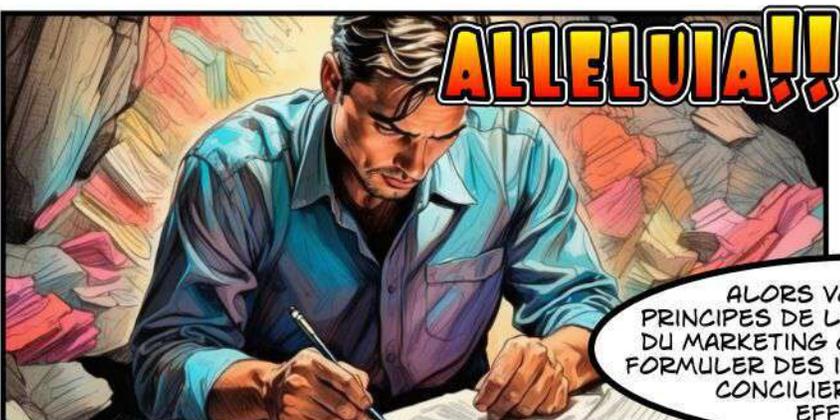
D'ACCORD, LE MARKETING ET LA COMMUNICATION VOUS FONT VOYAGER A PIPEAULAND! AVEC UN TAS DE « VENTILATEURS » QUI PARLENT ANGLAIS A PEU PRES POUR ALIGNER TROIS BANALITES ET POURVOIR UN INTARRISSABLE FLOT DE BUSLSSIHTS JOBS.



INSIGHTS, STORY-TELLING, KPI, NON "KA PI AIE"



MAIS CE N'EST PAS QUE CELA. DES GENS INTELLIGENTS ONT PIQUE A GAUCHE ET A DROITE DES CONCEPTS, DES TECHNIQUES, ET DES RAISONNEMENTS POUR DONNER UN PEU DE CORPS A LA DISCIPLINE. C'EST A CELA QUE NOUS ALLONS NOUS INTERESSER!



ALORS VOICI QUELQUES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING QUI VOUS AIDERONT A FORMULER DES IDEES STRATEGIQUES ET A CONCILIER CREATIVITE ET EFFICACITE.

WEBMARKETING, MULTICHANNEL, UX AND UX DESIGN, 3.0 BIG DATA, CROSS-SELLING... L'OBJECTIF N'EST PAS ICI DE SE PENCHER UNIQUEMENT SUR LES MODES DU E-TOUT ET SUR LES JOLIS MOTS ANGLAIS QUI ENVAHISSENT LES INTITULÉS DE FORMATIONS ET DE DIPLOMES DE M... MAIS D'ASSEOIR SON RAISONNEMENT TANT QUE NOUS L'UTILISONS ENCORE!



LES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES GÉNÉRATIVES ET LE TRAITEMENT AUTOMATIQUE DES DONNÉES ONT-ILS RENDU L'APPRENTISSAGE DU MARKETING COMME DISCIPLINE OBSOLETE ?

L'ESPOIR RÉSIDE DANS LA FRAGILITÉ DES DONNÉES ET...



... LE PEU D'EFFICACITÉ DU DIGITAL AUTOMATIQUE CONTRAIREMENT AUX APPARENCES.



CERTES, LES « Outils » DU MARKETING ET LES MOYENS D'ACTION COMME LA PUBLICITÉ SONT TOUJOURS SURVENDUS ET LES RÉSULTATS LARGEMENT GONFLÉS. UN PEU COMME DES CRÈMES ANTRIDES OU DES SHAMPOINGS QUI FERAIENT POUSSER LES CHEVEUX.

À QUOI BON PASSER DES HEURES À COMPRENDRE LE MÉDIAPLANNING SI C'EST POUR ACHETER DE LA PUBLICITÉ AUTOMATIQUEMENT AUX ENCHÈRES EN TEMPS RÉEL ?



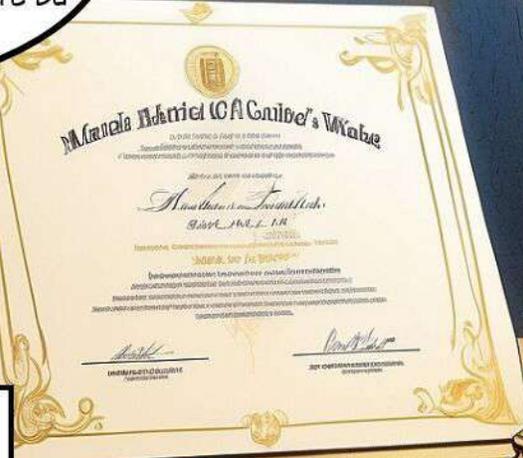
MAIS AVEC LE DIGITAL, ON A FRANCHI UN CAP, VOIRE UNE PÉNINSULE, ET AUCUN COMMERÇANT N'AURA JAMAIS AUTANT D'AVIS NÉGATIFS QUE GOOGLE ADS EN FRANCE !



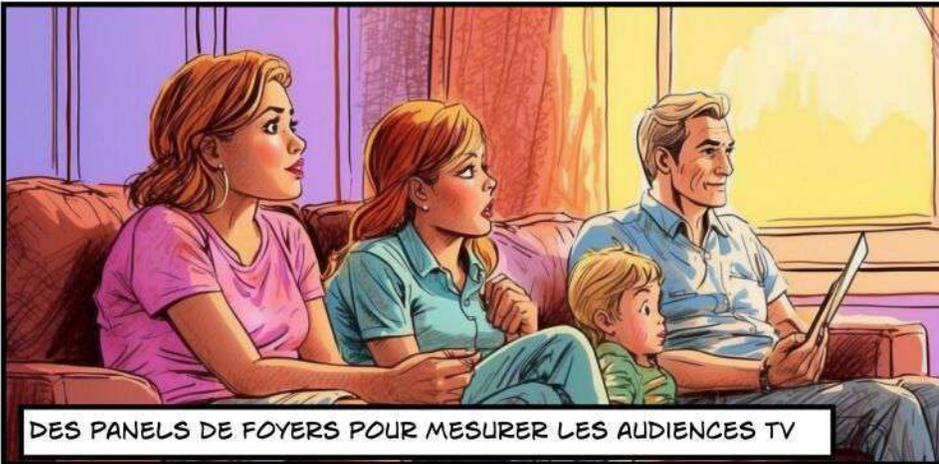
# LES ÉTUDES MARKETING, LA HAUTE VALEUR AJOUTÉE



POUR JUSTEMENT SAVOIR SI LES COLOSSALES DÉPENSES DE COMMUNICATION ONT EU UN IMPACT SUR LA NOTORIÉTÉ ET L'IMAGE DE LA MARQUE, NOUS ALLONS RECOURIR À LA PARTIE LA MOINS POPULAIRE, MAIS LA PLUS RICHE ET LA PLUS DÉLICATE DU MARKETING : LES ÉTUDES.



LES OBJECTIFS FRÉQUENTS DES ÉTUDES MARKETING SONT : AJUSTER LE POSITIONNEMENT, TESTER LA PERCEPTION DE PRODUITS, TESTER LE PACKAGING, MESURER LES AUDIENCES TV, RADIO, AFFICHAGE, ÉVALUER L'IMPLANTATION DE PRODUITS EN DISTRIBUTION, MESURER LES INTENTIONS DE VOTE OU LA SATISFACTION.



DES PANELS DE FOYERS POUR MESURER LES AUDIENCES TV



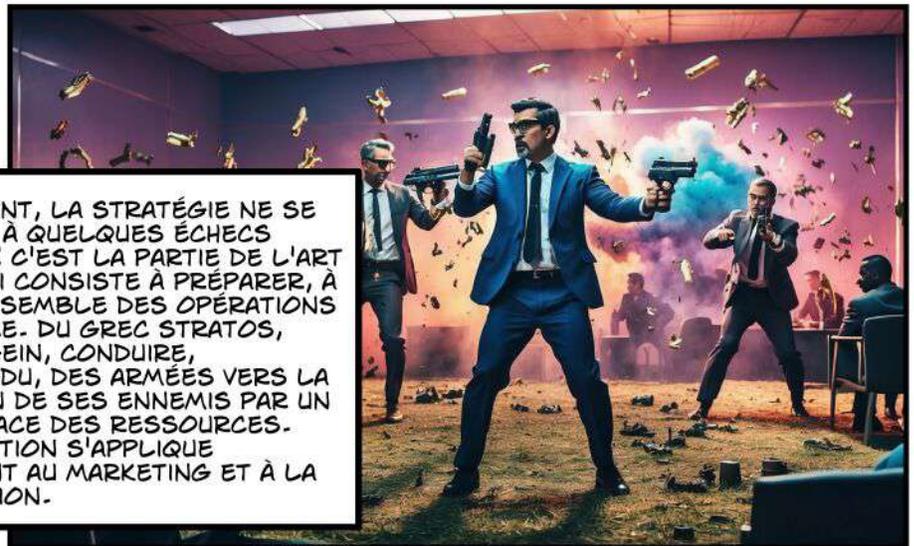
JUSQU' AUX IRM FONCTIONNELLES POUR LES QUELQUES MARQUES QUI EN ONT LES MOYENS.



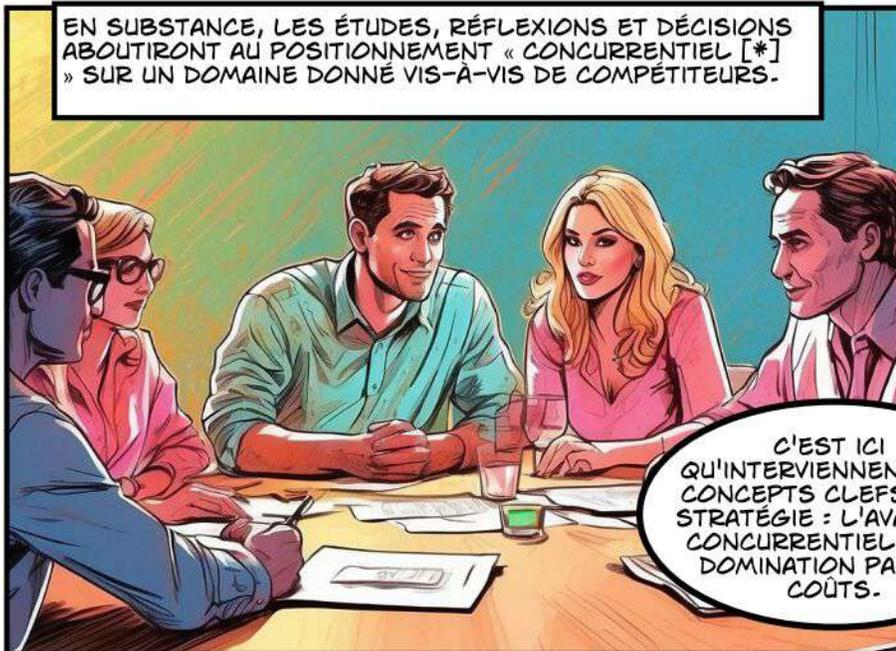
LES ÉTUDES MARKETING PERMETTENT D'ALLER CHERCHER DES INFORMATIONS DE TERRAIN SUR LES CLIENTS. CONSTRUITES SUR UNE MÉTHODOLOGIE COMMUNE À LA MÉDECINE, À LA PHARMACIE, À LA PSYCHOLOGIE EXPÉRIMENTALE ET AUX SCIENCES SOCIALES, ELLES UTILISENT TOUT CE QUI EST DISPONIBLE POUR COMPRENDRE ET ANTICIPER LES COMPORTEMENTS.



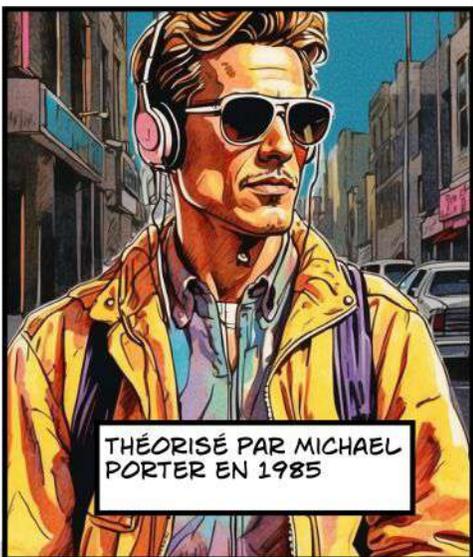
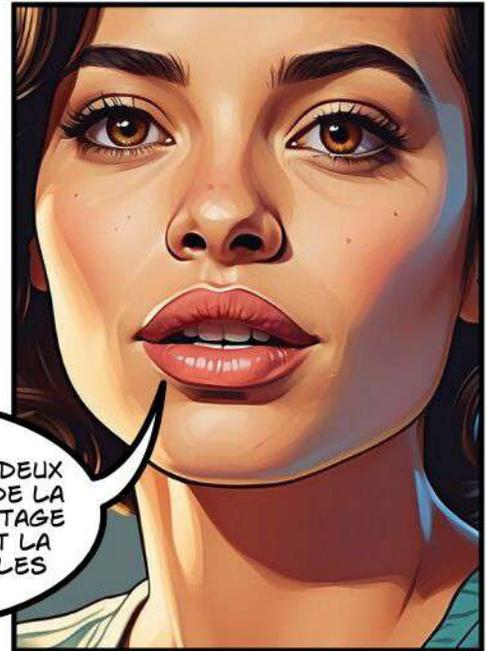
HEUREUSEMENT, LA STRATÉGIE NE SE RÉSUME PAS À QUELQUES ÉCHECS ÉTONNANTS ! C'EST LA PARTIE DE L'ART MILITAIRE QUI CONSISTE À PRÉPARER, À DIRIGER L'ENSEMBLE DES OPÉRATIONS DE LA GUERRE. DU GREC STRATOS, ARMÉE ET AGEIN, CONDUIRE, SOUS-ENTENDU, DES ARMÉES VERS LA DESTRUCTION DE SES ENNEMIS PAR UN USAGE EFFICACE DES RESSOURCES. CETTE DÉFINITION S'APPLIQUE PARFAITEMENT AU MARKETING ET À LA COMMUNICATION.



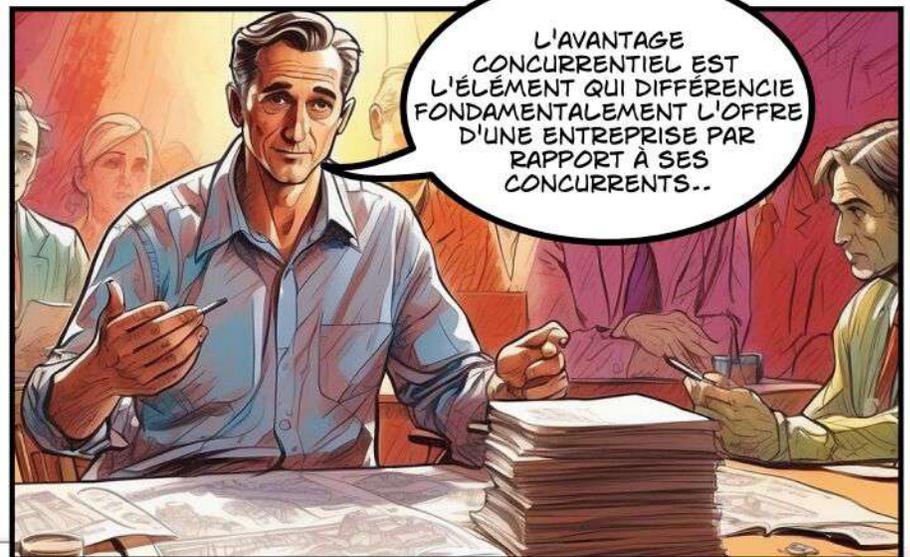
EN SUBSTANCE, LES ÉTUDES, RÉFLEXIONS ET DÉCISIONS ABOUTIRONT AU POSITIONNEMENT « CONCURRENTIEL [\*] » SUR UN DOMAINE DONNÉ VIS-À-VIS DE COMPÉTITEURS.



C'EST ICI QU'INTERVIENNENT DEUX CONCEPTS CLEFS DE LA STRATÉGIE : L'AVANTAGE CONCURRENTIEL ET LA DOMINATION PAR LES COÛTS.



THÉORISÉ PAR MICHAEL PORTER EN 1985



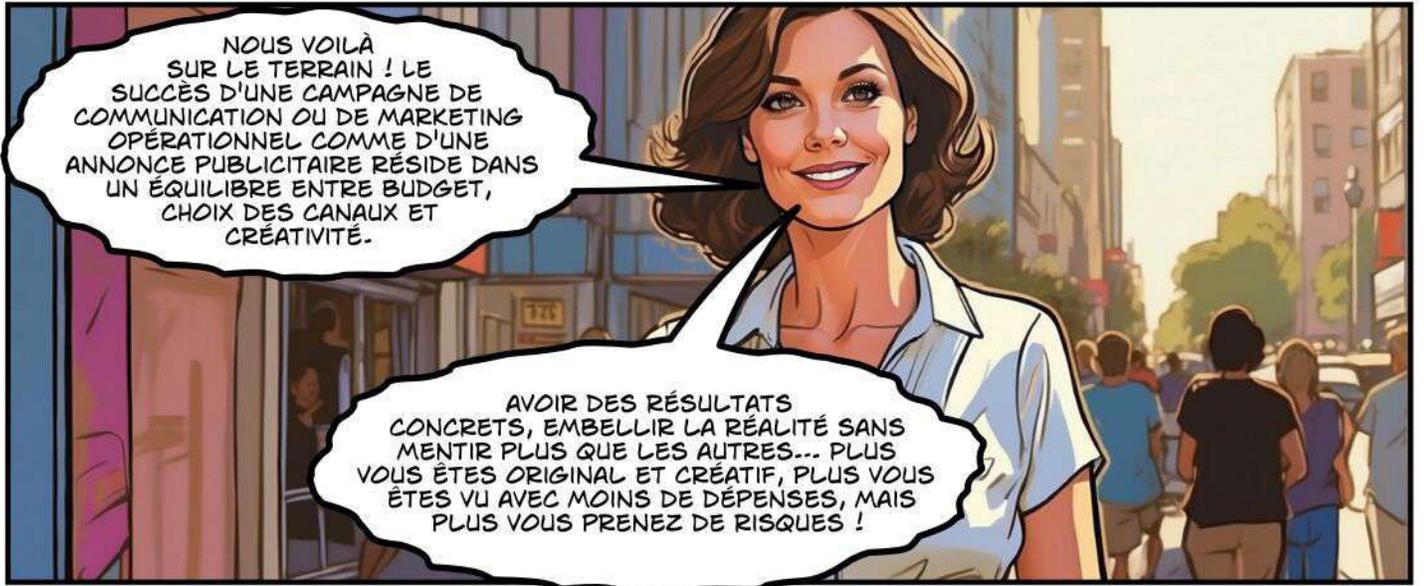
L'AVANTAGE CONCURRENTIEL EST L'ÉLÉMENT QUI DIFFÉRENCIE FONDAMENTALEMENT L'OFFRE D'UNE ENTREPRISE PAR RAPPORT À SES CONCURRENTS..

[\*] LES GUILLEMETS SONT LÀ POUR FAIRE PASSER LE PLÉONASME. POUR NOUS, LA MEILLEURE DÉFINITION DU POSITIONNEMENT EST LA PLACE QUE LE PRODUIT OU LA MARQUE OCCUPERA DANS L'ESPRIT DES CONSOMMATEURS PAR RAPPORT AUX CONCURRENTS.



L'AVANTAGE PEUT ÊTRE CONSTRUIT SUR DU PUR SYMBOLE OU SUR DES BARRIÈRES TECHNOLOGIQUES, DU SAVOIR-FAIRE, DE L'ORGANISATION OU DES PROTECTIONS JURIDIQUES







OLD FASHIONED  
MODEL FOR BOOMER?  
APPUYER SUR UN SEUL  
POINT EN DÉCORANT  
POUR SÉDUIRE ?  
PAS TANT QUE CELA,  
FIGUREZ-VOUS !



IMAGINEZ QU'IL Y AIT UNE EXPRESSION CLEF QUI PERMETTE DE VOUS ASSURER UN TRAFIC QUALIFIÉ ET UN BON TAUX DE CONVERSION À PARTIR DE GOOGLE VERS VOTRE SITE MARCHAND. QUE FERIEZ-VOUS SI VOUS DEVIEZ VOUS POSITIONNER EN SEO OU SEA, METTRIEZ-VOUS EN PRIORITÉ VOS EFFORTS SUR CETTE REQUÊTE OU PARTAGERIEZ-VOUS VOS RESSOURCES EN LAISSANT MÊME PARTIELLEMENT CETTE EXPRESSION À LA CONCURRENCE ?



LE MESSAGE PRINCIPAL DE LA COMMUNICATION REPRENDRA LA PLUSPART DU TEMPS LE POSITIONNEMENT QUI SERA TRADUIT EN PROMESSE, PARFOIS UN SLOGAN ACCROCHEUR À L'INSTAR DE NIKE DANS LES ANNÉES 80 QUI COMMUNIQUEAIT SUR LA PERFORMANCE DES CHAUSSURES, UN PRODUIT DE COMPÉTITION.



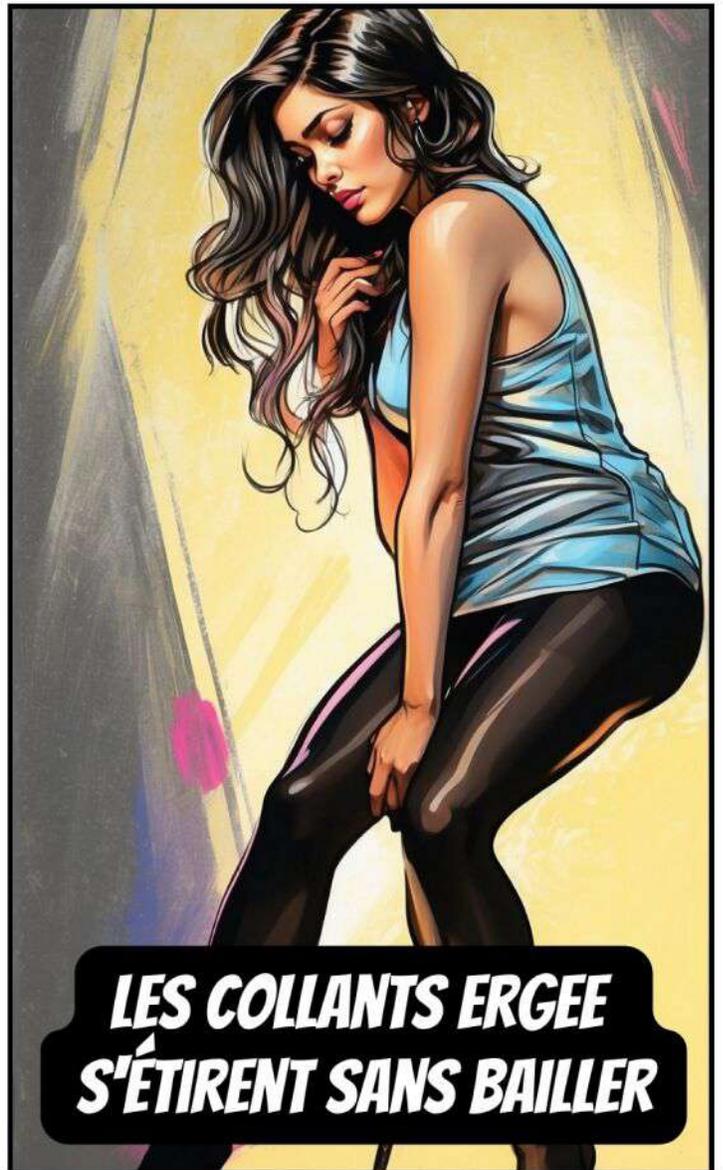
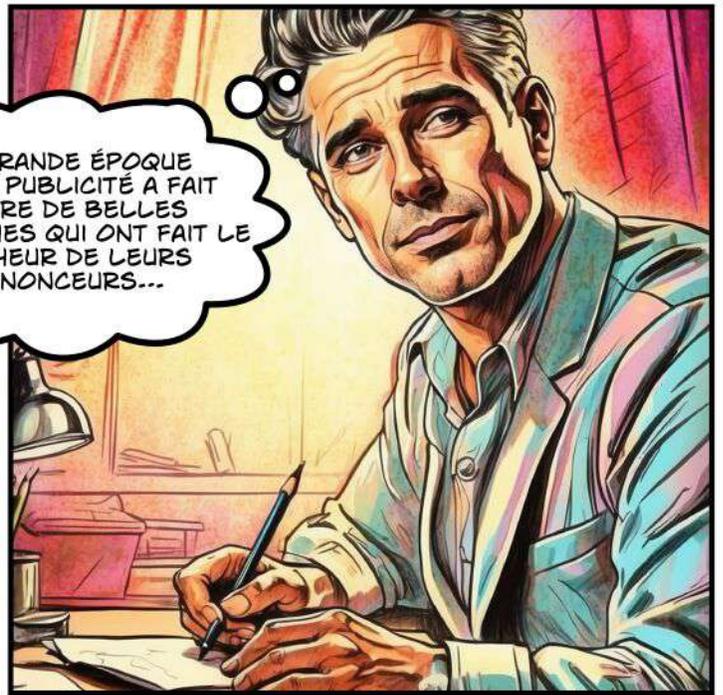
**COURIR, CE SONT  
DEUX PIEDS QUI  
N'ARRÊTENT PAS DE  
SE DÉPASSER !**

LE TRAVAIL DES CRÉATIFS COMMUNICANTS A ÉTÉ DE DÉCLINER CETTE PROMESSE EN ACCROCHE MEMORABLE...



LA GRANDE ÉPOQUE  
DE LA PUBLICITÉ A FAIT  
NAÎTRE DE BELLES  
ACCROCHES QUI ONT FAIT LE  
BONHEUR DE LEURS  
ANNONCEURS...

**CONTREX : LA MEILLEURE  
GAINE DU MONDE !**



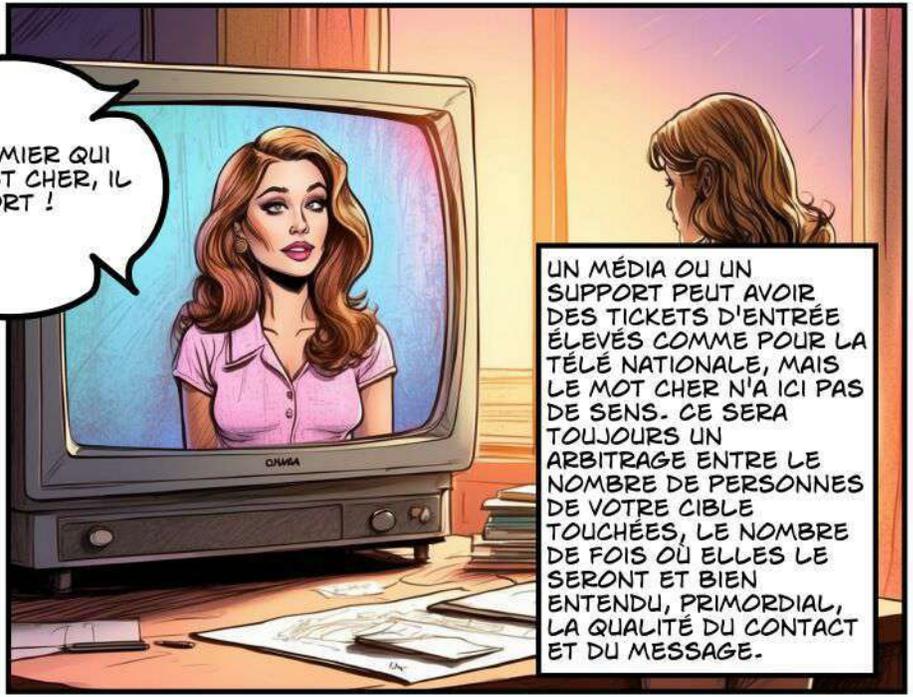
**LES COLLANTS ERGEE  
S'ÉTIRENT SANS BAILLER**



**RENAULT 5 GL  
VROM VROM, PAS GLOU GLOU !**



LE PREMIER QUI  
DIT C'EST CHER, IL  
SORT !

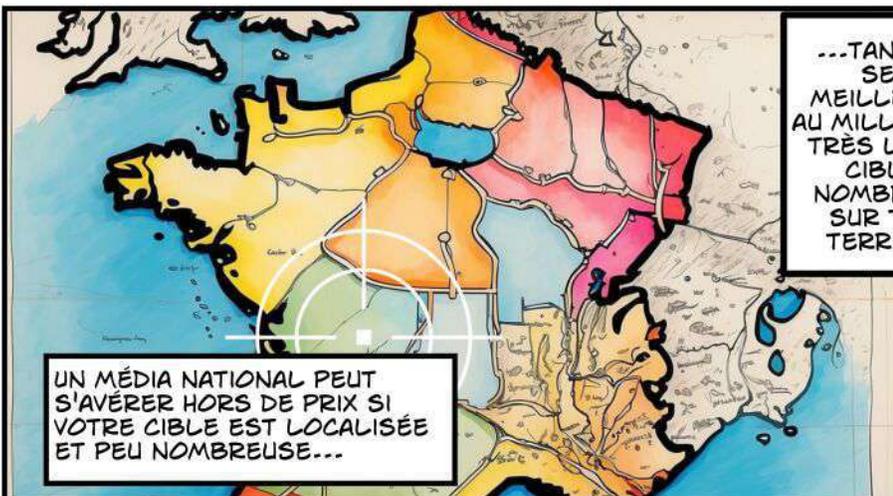


UN MÉDIA OU UN  
SUPPORT PEUT AVOIR  
DES TICKETS D'ENTRÉE  
ÉLEVÉS COMME POUR LA  
TÉLÉ NATIONALE, MAIS  
LE MOT CHER N'A ICI PAS  
DE SENS. CE SERA  
TOUJOURS UN  
ARBITRAGE ENTRE LE  
NOMBRE DE PERSONNES  
DE VOTRE CIBLE  
TOUCHÉES, LE NOMBRE  
DE FOIS OÙ ELLES LE  
SERONT ET BIEN  
ENTENDU, PRIMORDIAL,  
LA QUALITÉ DU CONTACT  
ET DU MESSAGE.

**AVEC UNE COMBINAISON DE SUPPORTS , UN BUDGET DE  
100 000 € PERMET DE TOUCHER PAR EXEMPLE 80 000  
PERSONNES DE LA CIBLE.**

**UNE RÈGLE DE TROIS  $100\ 000 \times 1000 / 80\ 000$  DONNE  
1250 € POUR MILLE CONTACTS UTILES.**

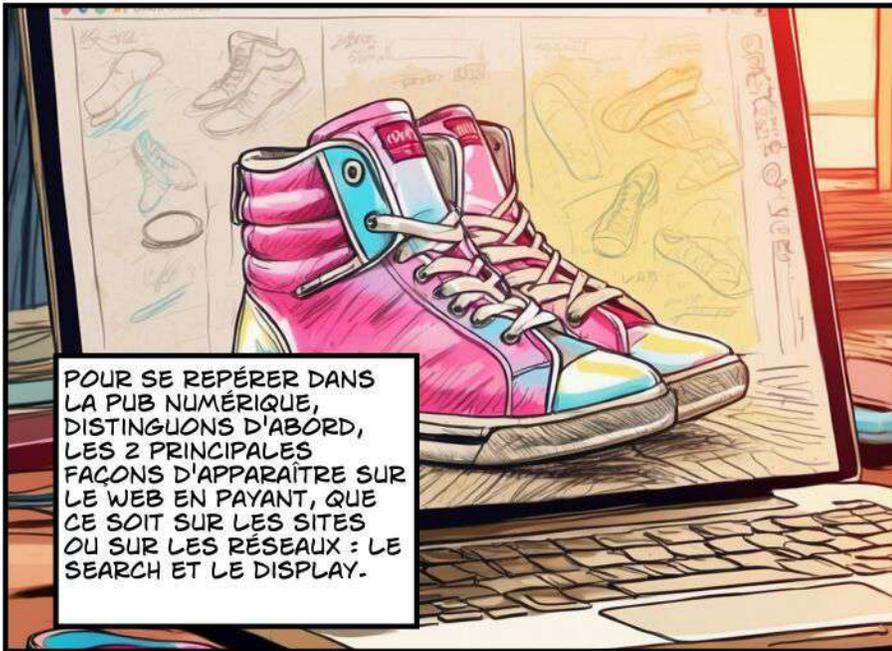
IL FAUDRA DONC RAMENER LES DÉPENSES AUX COÛTS POUR MILLE UTILES ET AUX  
RÉPÉTITIONS MOYENNES POUR CHAQUE MOYEN, MÉDIA ET COMBINAISONS DE MOYENS



UN MÉDIA NATIONAL PEUT  
S'AVÉRER HORS DE PRIX SI  
VOTRE CIBLE EST LOCALISÉE  
ET PEU NOMBREUSE...

...TANDIS QU'IL  
SERA LE  
MEILLEUR COÛT  
AU MILLE UTILE DE  
TRÈS LOIN SI LA  
CIBLE EST  
NOMBREUSE ET  
SUR TOUT LE  
TERRITOIRE...





POUR SE REPÉRER DANS LA PUB NUMÉRIQUE, DISTINGUONS D'ABORD, LES 2 PRINCIPALES FAÇONS D'APPARAÎTRE SUR LE WEB EN PAYANT, QUE CE SOIT SUR LES SITES OU SUR LES RÉSEAUX : LE SEARCH ET LE DISPLAY.



LE TERME DE PUBLICITÉ DISPLAY, LITTÉRALEMENT « AFFICHER », DÉSIGNE LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE FAITE AVEC DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES OU VIDÉO.



**CE PODCAST VOUS EST OFFERT PAR LES CHAUSSURES MIKE**

CONTRAIREMENT AU « SEARCH », LE DISPLAY REPOSE EN GRANDE PARTIE SUR DES ÉDITEURS DE CONTENU PRO OU AMATEURS QUI CRÉENT DES ESPACES PUBLICITAIRES DANS LEURS PAGES, LEURS VIDÉOS, ETC...



JE VENDS UN ESPACE POUR UNE VIDÉO INSTREAM SUR MON BLOG DE MAQUILLAGE, QUI LE VEUT ?

...ET QUI LES PROPOSENT SOIT EN MODE « GRÉ À GRÉ » SOIT AUX ENCHÈRES (RTB) VIA UNE DES INNOMBRABLES RÉGIES EN LIGNE.



LE DISPLAY EST SIMPLE À METTRE EN ŒUVRE, MAIS TRÈS COMPLIQUÉ À CONTRÔLER À CAUSE DES MULTIPLES ACTEURS QUI INTERVIENNENT DANS LES CAMPAGNES ET DE L'INFINITÉ DE FORMATS POSSIBLES, GRAPHIQUES, RICHMÉDIA OU VIDÉOS, ET SURTOUT DE LA MÉDIOCRITÉ DE L'INVENTAIRE (AUTREMENT DIT DES ESPACES FOURNIS). ESPACE SOI-DISANT CIBLÉ RISQUE D'ARRIVER DANS N'IMPORTE QUEL CONTEXTE ET CELA MALGRÉ LES "SOLUTIONS" DE "BRAND SAFETY" AUTOMATIQUES.



**IL NOU MENTHE LA TERRE EST PLATTE**

**EN VENTE  
QUE**

**SUR AMAZON**

***SI LE CLIC MARCHE PAS FAUDRA TAPER TOUT ÇA !!!***

***[HTTPS://WWW.AMAZON.FR/DP/BOCYQJQQ4Y](https://www.amazon.fr/dp/BOCYQJQQ4Y)***

***ÇA IRA PLUS VITE DE METTRE NALLIS BD MARKETING DANS  
GOOGLE À MON AVIS....***