

Une Nouvelle Génération Interactive Emerge





“ Nous sommes dans le noir ”

L'année 2009 recèle de nombreuses opportunités pour les responsables de marques qui sauront envisager le Marketing, la Communication et les Médias en interaction avec leurs parties prenantes :

- en se projetant dans la nouvelle économie de l'immatériel et du service
- en envisageant leur développement dans le respect des ressources collectives
- en avançant dans le sens du progrès social

“ Une nouvelle génération est apparue ”



Il s'agit d'appréhender cette nouvelle génération au croisement de trois évolutions générationnelles afin de concevoir les produits et communications de demain :

- Génération éthique : nouveaux regards sur soi, sur le monde
- Génération 2.0 : nouveaux rapports de proximité, même à distance
- Génération active : impliquée dans des projets portés collectivement

“Faisons les participer !”



Chacun à leur niveau, nos consommateurs, nos employés et nos électeurs contribuent activement au développement de nos entreprises et attendent d'être considérés en retour :

- capables de prendre des positions et des initiatives
- pleinement responsables de leurs actes
- ayant conscience des inter connections avec les autres
- cultivant leur autonomie

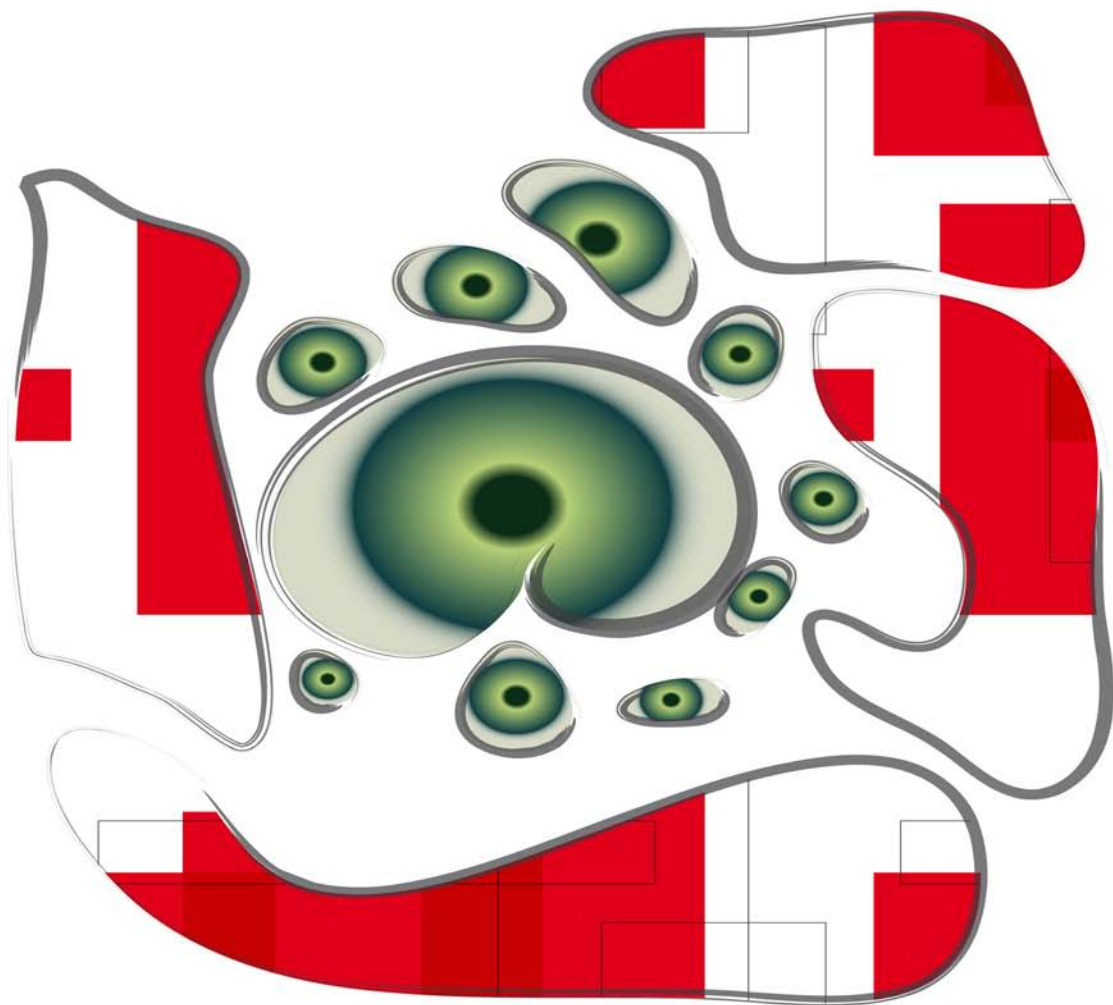


“ Mettons nos entreprises en réseau ”

Ces nouveaux citoyens s'organisent en réseaux, fonctionnent selon des logiques d'entraide et se mobilisent en communautés actives, à travers :

- Un même sens du devenir
- Un projet à accomplir ensemble
- Des valeurs partagées
- Des règles établies

“ Utilisons nos marques pour créer du lien entre nous ”



Les marques doivent réussir à faire interagir dans un même sens les gens qui sont parties prenantes à différents niveaux de leur marketing et de leur communication :

- Les mobiliser autour d'un même sens du bien commun
- Les réunir dans des plateformes relationnelles
- les accompagner dans leur développement

La Marque en 1 . 0

ENTREPRISE EN 1 . 0

Structure économique comprenant plusieurs personnes travaillant de manière organisée

MARKETING 1 . 0

Une offre conçue à un prix acceptable POUR les consommateurs en fonction de leurs besoins

COMMUNICATION 1 . 0

Elaboration de messages d'information diffusés entre les programmations des médias

MEDIA 1 . 0

Des moyens de diffusion d'informations auprès d'un certain nombre de personnes

La Marque en 2.0

ENTREPRISE EN 2.0

Réseau de personnes engagées dans des entreprises à l'intérieur et à l'extérieur de ces entreprises

MARKETING 2.0

Une offre conçue à un prix juste AVEC les usagers afin d'être appropriée aux attentes de tous

COMMUNICATION 2.0

Construction de territoires relationnels autour de centres d'intérêts communs

MEDIA 2.0

Des plateformes réunissant des personnes autour des informations qui les intéressent



www.pourquoitucours.fr

Contact : Jérémy Dumont
Directeur du Planning Stratégique
jeremydumont@pourquoitucours.fr

