

# L'avis des experts

## Prof. H. Holland: «Les 10 tendances du marketing de dialogue»





**Auteur**  
**Prof. Heinrich Holland**

[holland-consulting@online.de](mailto:holland-consulting@online.de)  
[www.holland-consult.de](http://www.holland-consult.de)

**Le marketing de dialogue est une discipline dynamique, qui doit s'adapter en continu aux évolutions actuelles. Les innovations techniques et les conditions de marché changeantes sont autant de nouveaux défis pour les entreprises. Expert en marketing de dialogue, le prof. Heinrich Holland a publié les tendances les plus importantes dans son article paru dans le périodique spécialisé ONEtoONE. En voici l'essentiel, résumé pour vous.**

#### **Tendance 1: marchés de niche avec produits interchangeables**

Les marchés se différencient toujours plus, de sorte que les entreprises et leurs produits – souvent interchangeables – doivent s'adresser à des niches et lacunes de marché qui, parce qu'elles ne cessent de se rapetisser, doivent être interpellées directement. «Le marketing de masse ne remplit plus sa condition première, puisqu'il n'y a plus de masse», déclare le prof. Heinrich Holland.

**Astuce:** pratiquez un marketing de dialogue vraiment individualisé et traitez vos clients comme de vraies personnes. Ainsi, même en cas de surcharge d'informations, vous serez entendus.

#### **Tendance 2: contrôle des résultats**

En période économiquement difficile, les entreprises rechignent à investir dans des instruments marketing dont le succès est difficile à mesurer concrètement. Parce qu'il est axé sur les réponses, le marketing de dialogue offre justement de bonnes possibilités d'évaluer les résultats obtenus.

**Astuce:** tirez parti de cet atout et mesurez avec précision le succès de vos instruments de dialogue. Mais aussi: essayez d'aller au plus près de l'interpellation optimale.

#### **Tendance 3: loyauté en berne**

La loyauté des consommateurs vis-à-vis des produits et des entreprises est en chute libre. Beaucoup ne voient plus de grandes différences entre une marque et l'autre. Les entreprises s'efforcent de rétablir et renforcer la fidélité à la marque via le marketing de dialogue et la gestion de la relation client.

**Astuce:** faites comprendre à vos clients que vous allez prendre bien soin d'eux et, grâce au marketing relationnel, générez une loyauté émotionnelle.

#### **Tendance 4: surcharge d'information**

La guerre d'information pour s'attirer les bonnes grâces des consommateurs provoque une saturation chez la plupart d'entre eux; elle les irrite et les déstabilise. Au contraire, une communication individualisée et sur mesure qui, au lieu d'agresser le consommateur, s'adresse personnellement à lui, a toutes les chances d'être bien acceptée.

**Astuce:** au lieu de noyer vos destinataires sous des flots d'informations, mettez ces informations à leur disposition; ils pourront ainsi, soit les commander, soit aller les chercher directement (stratégie pull au lieu de push).

#### **Tendance 5: logiciel et matériel**

Les programmes pour sauvegarder et traiter les adresses et les caractéristiques individuelles proposent un nombre toujours grandissant de fonctions, deviennent de plus en plus conviviaux et sont compatibles avec des applications toujours plus nombreuses. Les méthodes d'analyse des données clients ont fortement évolué et permettent désormais d'affiner et de cibler de manière de plus en plus précise la segmentation.

**Astuce:** servez-vous des possibilités techniques modernes et puisez dans les informations disponibles dans vos données clients.

### **Tendance 6: gestion de bases de données et CRM**

Parallèlement au progrès des logiciels et matériels informatiques, la gestion de bases de données connaît elle aussi un bel essor. Pour un dialogue individualisé, le jeu des actions et réactions entre l'entreprise et le client doivent être enregistrées et il faut disposer de connaissances complètes sur le client. C'est la condition sine qua non.

**Astuce:** le dialogue est la capacité de réagir face à son interlocuteur. Notez les réactions de vos clients et orientez vos contacts en conséquence, afin d'établir une relation d'échange à long terme.

### **Tendance 7: multiplicité médiatique et marketing intégré**

L'éventail des médias de marketing de dialogue s'est constamment élargi ces dernières années. En même temps, le dialogue a lieu de plus en plus souvent en ligne. Le marketing intégré est global. Il ne vise pas l'optimisation de chaque instrument de marketing, mais leur interaction optimale.

**Astuce:** le client doit pouvoir communiquer avec vous via tous les médias souhaités. Assurez-vous que ceux-ci soient bien coordonnés et intégrés entre eux et qu'ils puissent établir de multiples points de contact avec vos systèmes.

### **Tendance 8: modification du comportement d'achat**

Internet a modifié le comportement d'achat des consommateurs, ce qui a eu pour effet, notamment, d'augmenter l'acceptation des instruments de dialogue.

**Astuce:** offrez à vos clients plusieurs canaux d'achat et veillez à ce que ceux-ci se complètent bien et s'enrichissent mutuellement au lieu de se cannibaliser.

### **Tendance 9: changement de valeur des consommateurs**

Les individus se comportent de manière toujours plus individuelle et deviennent imprévisibles. Ils changent de plus en plus souvent et de plus en plus rapidement de rôle et, parfois, développent des intérêts et des besoins très spécifiques. Une tendance à laquelle il est possible de répondre grâce à l'interpellation individualisée via le marketing de dialogue.

**Astuce:** adressez-vous de manière personnalisée à vos clients et soumettez-leur des offres qui répondent à leur désir d'individualité.

### **Tendance 10: mutation démographique**

Dans presque toutes les classes d'âge, la part des ménages individuels augmente sensiblement. Les entreprises doivent trouver de nouvelles façons d'établir le contact, conformes aux situations de vie spécifiques et très personnelles des célibataires. Une autre tendance démographique est l'augmentation importante du nombre des personnes âgées.

**Astuce:** lors de la planification de vos opérations d'acquisition de nouveaux clients, tenez également compte de cette mutation démographique.

Source: article [«Die aktuellen Trends des Dialogmarketings»](#) (en allemand seulement), paru dans le périodique spécialisé ONEtoONE 12/09, auteur: Prof. Heinrich Holland

### **Les 10 tendances du marché de la publicité**

[Télécharger les tendances de AdCoach](#)

### **Les autres tendances? Elles sont sur DirectPoint**

[Cliquez et faites le plein de connaissances](#)

Pour plus d'informations: [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint).

La Poste Suisse  
PostMail  
Marketing direct  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint)