*La prise en compte du temps dans les décisions des organisations*

**L'impact du numérique sur le marketing**

Cristine Balague, maitre de conférences, titulaire de la Chaire réseaux sociaux à l’institut Mines Telecom

*Présentation :*

*Les métiers du marketing vivent une profonde métamorphose à l’ère du numérique. Lors de l’atelier, seront évoqués les transformations par le numérique des marchés, du comportement des consommateurs, des techniques de communication, de gestion de la relation client, d’innovation des entreprises et des organisations. Seront &également abordés les impacts de ces transformations sur la société*

* Révolution du numérique dernière nous :
* services numériques
* e-éducation
* ville numérique
* liens sociaux
* maison numérique
* entreprise numérique
* sécurité télé médecine
* Usages et technologies :

1950 : interfaces programmation bureautique

1980/1990 en France : Internet grand public : recherche informations et premières adresses de courriel en 1995 : web 1.0 les entreprises mettent des informations

2000 : arrivée de Google + Youtube + plateformes de partage de l'information ( tweet, Like.......) technologies tactiles (prolongement du corps)

2014 : mobilité web 2.0 exemple Instagram : photo partagée en deux secondes

* Nouveaux comportements : passage du SMS vers services mobiles (mobile Life style)

Ex : modification média Tv passage d’une consommation collective linéaire passive à une consommation multi écrans non linéaire (enregistrement numérique) avec partage : Tv connectée

* Enfants de la révolution numérique : aiment créer (Wikipédia) /aventure collective (tripadvisor) / non-respect des institutions / difficile à interrompre / exigeants et impatients / générations qui surfent
* web et médias nouveau paradigme marketing

Actuellement : marchés d’individus et l’entreprise est tournée sur chaque client

entreprise 🡪 cible (télé affichage études qualitatives quantitatives / one to one / innovation confidentielle)

Futur : modification des marchés (marches de la conversation) / création de communautés en dehors de l'entreprise (buzz) / stopper le push-pull mais comprendre communautés / co-innovation et social network

* Dans la communication, on passe du « com push » donc du paid (payer pour afficher) + média propriétaire (site web) à un nouveau concept : générer de l’audience positive (poster sur réseaux sociaux mais comment maîtriser - comment twitter Like ....
* Mesurer influence ?

Pour avoir de l’influence, il faut que mon avis modifie les comportements

Mesure de l’influence avec « klout » ( ex gap exige un klout de 41 dans recrutement )

* Impact de l’influence : tourisme Tripadvisor (Tripadvisor racheté par expédia) et Booking constituent 40 % des achats dans l’hôtellerie
* Modification de social shopping

Donc modifier relation client : on passe du sav call center à la gestion par réseaux sociaux en temps réel sur twitter (fil de réclamation)

* nouveaux métiers : sales force qui gèrent la relation client en temps réel ou des comunity managers
* Innovation métamorphosée : nouveau concept open inv. Innovation : plus intelligents à plusieurs (avec clients fournisseurs .......)

Ex open food system : secteur de la cuisine profondément modifié d’où un projet avec Seb et 18 partenaires pour inventer la cuisine de demain

Autre exemple au Brésil : plateforme Fiat avec 7000 contributeurs qui ont fabriqué la Fiat Mio

Problématique : A terme, que deviendra la propriété industrielle dans une innovation partagée ?

* Big data : volume de données massives variées (texte, photo, vidéo non structurées et structurées) à traiter en temps réel (vélocité ). Besoin de nouveaux systèmes d’analyse et méthodes nouvelles, des nouveaux codes et nouveaux métiers et acteurs

--> la France investit pour être leader en big data

Challenge des entreprises : faire face ã la puissance des gafal (Google amazon Facebook Apple linked ni) qui sont déjà présents sur big data, elles font rêver sans redistribution mais conditions de travail ???

Comment se battre face aux gafal par rapport aux données en leur possession