



# Tendances 2015 : accélération des changements 2015

# Un monde en turbulence

Editions



Presse



Taxis



Banque



Des changements  
violents et rapides  
Impactant  
les business models

Musique

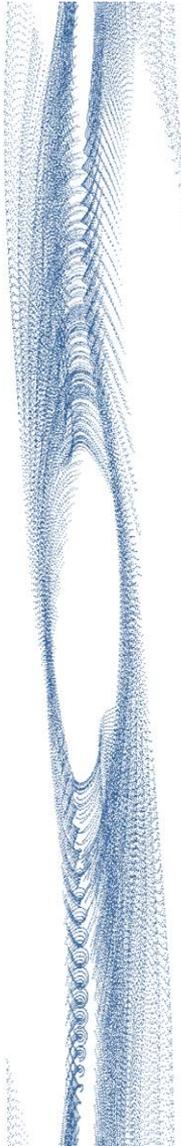


Location



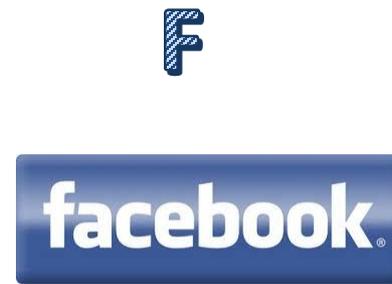
# Le tsunami digital

- Il supprime les intermédiaires
- Il accélère les vitesses de transaction
- Il divise les coûts
- Il favorise l'accessibilité du savoir et des données
- il change la vie privée
- Il permet un capitalisme du partage



# Big data ou big Brother ?

- Les systèmes en savent plus sur nous que nous



*Algorithmes de Prédiction  
du comportement d'achat  
Recherche de corrélations :*

*Des chercheurs qui ne savent pas ce qu'ils cherchent*

*Géo localisation*

*Collecte des données personnelles*

# Exemple Localisation



← → ↻ 🏠 <https://maps.google.com/locationhistory/b/0> ☆ + 🔴 S ≡

📁 Applications 📁 presse 📁 Utilitaires 📁 Séries 🔍 MegaSearch, the pre... 🗣️ Barock Music 🇺🇸 Connexion 🌐 Google Traduction 📊 Baromètre Ipsos-Ed... 📄 <http://www.kitenet...> » 📁 Autres favoris

Google +Christine 📏 🔔 + 👤

### Historique des positions

« octobre 2014 »

lun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9

Afficher : 1 jour ▾

#### 27 octobre 2014

- ▶ Afficher la date et l'heure
- Exporter vers Google KML
- Supprimer l'historique de ce jour
- Supprimer tout l'historique

Certains points ont été masqués. Afficher tous les points En savoir plus

Distance à partir du lieu de départ (distance la plus longue : 4,283 km)  
Placez le curseur sur le graphique pour afficher le lieu sur la carte.

09:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00

©2012 Google Conditions d'utilisation Règles de confidentialité Centre d'aide Changer la langue : Français ▾

# L'homme digitalisé : always on line



Internet of things

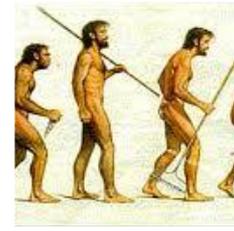


# Des consommateurs exigeants et agiles



## Partage

- Savoir
- Musiques
- Vidéos
- Voitures
- Maisons



## Adaptation

- Connexion
- Réseaux sociaux
- E commerce
- Télé travail

# Les impacts sur l'entreprise : stratégie

## Smart

Smart metering, shopping, attitude, energy

- Penser différemment
- Au-delà des innovations produits, expérience client



# Les impacts sur l'entreprise : organisation

## Agile

### Adapter

- Ses structures
- Ses modes de fonctionnement
- Ses Process



### Pour intégrer

- Les exigences des marchés et des clients
- Les nouveaux périmètres des entreprises
- Les nouveaux systèmes d'informations

# Les impacts sur l'entreprise RH

## Architectes du changement

### Manager de nouveaux collaborateurs

- Avec des réseaux externes
- Avec ses propres outils  
« Bring Your Own Device »
- Un œil critique sur l'entreprise
- Une recherche d'employabilité



### Revoir les process RH

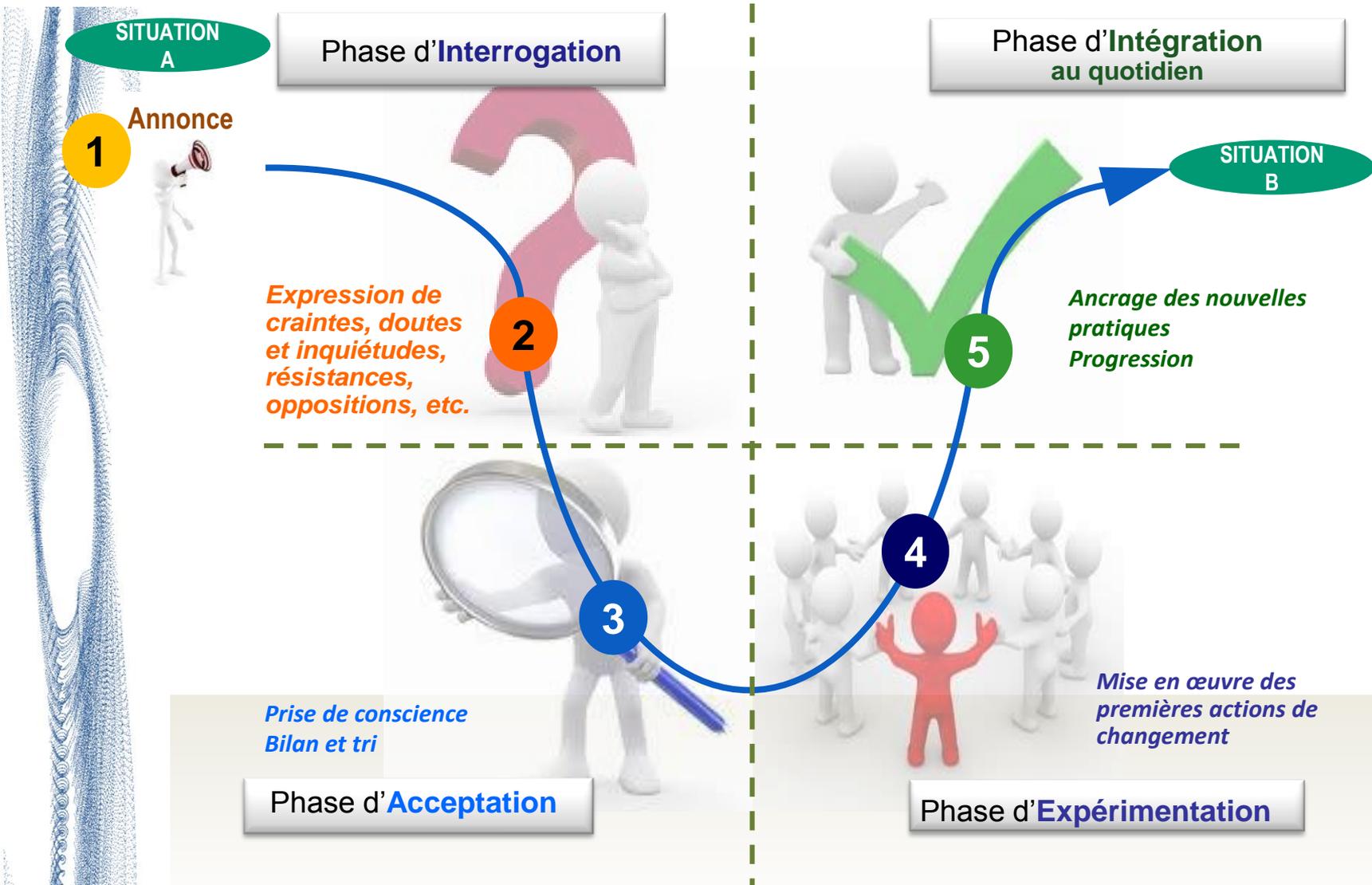
- Recrutement
- Marque employeur
- Knowledge management
- Transversalité



Un vrai obstacle : La résistance au changement



# Les étapes





# 7 clés de succès du changement



## **Partager la Vision**

**s'assurer que la vision future des métiers est connue de tous, comprise et appropriée avant le déploiement**

## **Communiquer avec intensité**

**Renforcer le rôle des managers de proximité comme alliés et relais de la transformation**

**Mettre les acteurs au centre et non les process  
Embarquer et engager tout le monde tout de suite**

## **Organiser et piloter le process humain du changement**

**Constituer une équipe pluridisciplinaire pour piloter les projets de changement**

## **Traiter les résistances**

**Renforcer les liens entre équipes, sortir de la logique des silos**

## **Former et coacher**

**accompagner et former différemment (tronc commun, intelligence collective, coaching)**

## **Se servir du digital comme accélérateur**

**Assurer l'égalité de tous face au numérique : en interne et par rapport aux clients**

Notre conviction

# Mettre l'humain au centre



Comment ?

Tisser du lien humain par le dialogue  
Les managers au cœur du changement

# Notre conviction



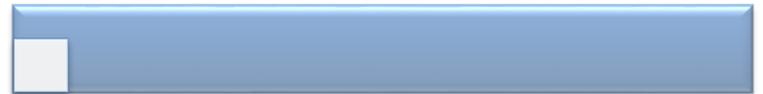
*embarquer  
tout le monde  
tout de suite*

## Intelligence collective au service du concret



- Transformation des process
- Nouvelle gestion des clients et prospects
- Nouvelle organisation

## Formation aux nouveaux métiers



- les managers à accompagner leur équipes dans le changement
- Les équipes aux nouvelles approches commerciales et marketing
- Les équipes aux nouveaux modes de communication

# Opérer la transition managériale

*Manager, coach,  
leader*



*pour aider les  
équipes à*

Comprendre et s'approprier

Traduire le changement dans  
leur métier au quotidien

Remettre en cause leur mode de  
fonctionnement

Adopter de nouvelles approches

Travailler en transversal

Utiliser de nouveaux outils

# Les 10 tendances majeures du marketing digital en 2015

- Le web et les technologies mobiles obligent les entreprises à repenser leurs stratégies et pratiques du marketing. Elles doivent continuellement s'adapter pour personnaliser au mieux leur offre.
- Il est donc temps de faire le point sur les actions pertinentes et adéquates à mettre en place.



**1. Le marketing de contenu monte en puissance !**

**2. Le Big Data : un nouvel enjeu majeur !**

**3. Du contenu intelligent pour le SEO !**

**4. Le Guest Blogging en danger !**

**5. Le video marketing va exploser !**

**6. Augmentation des acquisitions des start up dédiées au développement de logiciels !**

**7. Segmentation et personnalisation !**

**8. Le pouvoir du micro ciblage !**

**9. L'Essor du mobile marketing !**

**10. L'augmentation des dépenses sur les sites en ligne !**

# 1. Le marketing de contenu monte en puissance !

- $\frac{1}{4}$  des budgets marketing sont alloués au contenu et la tendance devrait s'intensifier
- Mettre du contenu pertinent pour faire croître l'audience : concept de fidélisation à moindre coût
- Une entreprise BtoB ayant un blog, génère 67% de leads en plus que celle qui n'en ont pas.

## 2. Le Big Data : un nouvel enjeu majeur !

- Les responsables marketing déclarent attribuer **8% de leur budget actuel à l'analyse de leurs données** et comptent maintenir ces investissements **durant les 3 prochaines années**.
- On estime donc les dépenses en Marketing Analytics accroître de **60%** et en Marketing Automation de **50%**.
- ***Pour 2015, on mise donc sur l'analyse des données et sur la mise en place d'outils pour proposer le bon produit au bon moment !***

# Le big data

- Le Big data est essentiel pour gérer une masse de données grandissante, d'horizons divers, non structurée et changeante à chaque seconde.
- Le Big data n'est plus une option pour le webmarketing et la communication digitale, il est une des composantes de la connaissance client, de la surveillance de sa e-réputation et du suivi des actions

# Les applications big data

- Communication digitale :
  - Surveiller et analyser les conversations en ligne.
  - Gérer l'e-réputation.
  - Construire et développer la notoriété et la visibilité de l'entreprise.
- Marketing digital :
  - Surveiller et optimiser les performances des sites.
  - Personnaliser la relation online.
  - Offrir le bon produit ou service au bon moment au bon public.
- Commercial :
  - Adapter et personnaliser l'offre.
  - Proposer des actions commerciales instantanées.
  - Surveiller sa concurrence et s'adapter rapidement.
- Satisfaction client.
  - Croiser en temps réel le comportement et la satisfaction des clients.

# 3. Du contenu intelligent pour le SEO\* !

- les entreprises se disent très prudentes en 2015 sur leur stratégie de contenu.
- On évitera le contenu non segmenté et de faible valeur ajoutée. Google pénalise déjà les entreprises sur leurs contenus inférieurs à 200 mots.
- La tendance est à plus de contenu pertinent et, en 2015, il faudra certainement encore compter sur l'exigence des moteurs de recherche sur leur ranking !

\* SEO search engine optimization

## 4. Le Guest Blogging en danger !

- Le principe consiste à laisser des « invités » publier des articles sur votre blog. Ou inversement à proposer à des blogueurs de publier votre article chez eux.
- Aujourd'hui 19,7% des sites sont prêts à travailler de cette manière. Mais ce partenariat rédactionnel qui se fait sous forme de lien et de contenu peu performants, tronque l'algorithme de Google qui réagit négativement à cette pratique.
- Par conséquent, les contenus issus de Guest Blogger vont perdre en performance. Il faudra donc adapter votre SEO !

# 5. Le video marketing va exploser !

- La consommation de vidéos en ligne ne cesse de s'amplifier sous l'essor des smartphones, tablettes et autres connexions mobiles en haut débit.
- Entre 2011 et 2013 le taux de pénétration des smartphones en France est passé de 27% à 42%, et ce chiffre va sans nul doute encore augmenter.
- Mettre en ligne une vidéo vous permettra d'expliquer en 1m30 les avantages et bénéfices de vos produits/services.
- 4 avantages majeurs :
  - Accroître la performance de votre site et donc son taux de conversion
  - Bénéficier de la puissance et de l'impact de la vidéo sur le net grâce au partage via You Tube et les réseaux sociaux
  - Devenir plus efficace pour faire passer un message. En effet, un message via une video est mieux compris et mémorisé que des mots.
  - Augmenter le ROI avec un investissement de départ abordable.

# 6. Augmentation des acquisitions des start up dédiées au développement de logiciels !

- Les start up innovantes sur le marché des logiciels marketing intéressent de près les plus grosses marques ayant des liquidités pour diversifier leurs offres.
- Les chiffres du développement des applicatifs le prouvent :
  - Facebook paie en moyenne chaque ingénieur entre 550.000 et 1 million USD /an.
  - Les revenus du Marketing Automation devraient connaître une hausse de 60% cette année.
  - Yahoo a déjà payé de jeunes entrepreneurs Vietnamiens, 30 Millions USD pour 18 mois de travail.
- Les gros logiciels marketing vont devenir de plus en plus puissants avec une gamme plus étendue d'applicatifs dédiés aux marketeurs.

# 7. Segmentation et personnalisation !

- Entre les internautes frustrés par les contenu web, les taux de clics supérieurs à 14% et les taux de conversion à plus de 10% grâce aux emails personnalisés, la segmentation garde toute son importance !
- la segmentation et la personnalisation des messages restera une des techniques marketing majeure de 2015

# 8. Le pouvoir du micro ciblage !

- Un ciblage de niche correctement effectué, comme par exemple des localisations ciblées en fonction des préférences utilisateur, permet de mieux gérer le budget marketing.
- Les sites web et applis génèrent de plus en plus de trafic et donc de données, il en résulte que Twitter et Facebook regorgent d'informations sur leurs audiences !
- Seulement 47% des utilisateurs sont favorables à une loi réduisant l'utilisation des données personnelles pour de la publicité en ligne.
- Et en moyenne, les publicités ciblées sont deux fois plus efficaces que si elles ne le sont pas.

# 9. L'Essor du mobile marketing !

- 42% des sociétés de e-commerce vendent via des applications mobiles
- Le web mobile devrait s'intensifier en 2015 détrônant l'internet de bureau
- Le marché de l'internet mobile connaît une croissance 7 fois plus rapide que celle qu'a connu l'internet de bureau
- L'usage des tablettes, Smartphones et autres technologies portatives connaît donc une croissance exponentielle et tend à s'accroître toujours plus en 2015 !

# Les applications mobile

- Intégrer le marketing mobile dans une stratégie multi-canal
  - Objectifs d'image, notoriété, recrutement, fidélisation, vente...
  - Stratégie mobile - intégrer le mobile à son offre produit / service.
  - Spécificités du multi-canal mobile.
- Rentabiliser son site ou application mobile
  - Appréhender les leviers et les mécanismes de monétisation.
  - Mettre en place les paiements via mobile.
- Communiquer et générer du trafic par le mobile
  - Actionner les outils du marketing mobile.
  - Générer de l'audience.
  - M-Commerce et M2Store / trafic en point de vente.
  - Gérer la nouvelle relation client.
- Renforcer sa visibilité sur mobile
  - Optimiser sa présence sur mobile.
  - Mettre en œuvre le marketing des applications.
  - Maîtriser les bases de l'ASO - App Store Optimization

# 10. L'augmentation des dépenses sur les sites en ligne !

- Les individus passant de plus en plus de temps connectés, Internet est devenu un canal d'achat incontournable. Le poids des dépenses sur internet augmente.
- Et plus particulièrement la publicité web devrait grandir de 10% par an.
- C'est l'occasion pour vous marketeurs, de cibler, segmenter et analyser vos datas par ce moyen.