



Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing

Seth Godin

Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing Seth Godin

 [Télécharger Permission marketing. Les Leçons d'Internet ...pdf](#)

 [Lire en ligne Permission marketing. Les Leçons d'Interne ...pdf](#)

268 pages

Amazon.fr

Finis les spots de publicité qui viennent interrompre votre émission favorite, les prospectus qui envahissent votre boîte aux lettres et tous les messages publicitaires non sollicités. Désormais, un concept nouveau s'impose : celui du "permission marketing". Dans *Permission Marketing*, Seth Godin, fondateur du cabinet Yoyodine et ancien vice-président marketing direct de Yahoo!, réinvente le marketing. En ne cherchant à toucher que les individus qui ont préalablement accepté la publicité, il crée une nouvelle relation entre publicitaire et consommateur. Il entend ainsi passer de l'ère du matraquage à celle de la coopération mutuellement bénéfique. Refuser d'imposer la publicité au consommateur et ne s'adresser qu'à ceux qui ont manifesté un intérêt pour le produit permet en effet d'instaurer un climat de confiance, d'établir une relation de long terme. L'efficacité de la publicité en est alors renforcée. Cet ouvrage, riche d'exemples et d'anecdotes, est véritablement facile d'accès et agréable à lire. Il propose une démarche didactique pour aider chaque entreprise à abandonner les déperditions d'énergie du marketing de masse et à mettre en place un programme de "permission marketing" efficace et rentable. --*Pierre-Guillaume Véron* Extrait
Extrait de la préface de Don Peppers, coauteur de *Le Marketing One-to-One* fondateur de Marketing 1 :1, inc.

Les entreprises du monde entier auront bientôt, j'en ferais le pari, une certaine familiarité avec la plupart des concepts présentés dans ce livre. Les services vente-marketing seront partout le lieu de discussions animées sur les moyens de mettre en oeuvre les principes de bon sens qui fondent le «Permission Marketing».

Pour étayer ce pronostic, je vous demande d'abord de considérer votre existence, sans doute assez trépidante. Avouez-le : tout se résume à un problème de temps et d'énergie, n'est-ce pas ? Sur le plan matériel, certes, vous menez une vie plus facile que celle de vos parents, grâce aux nombreuses machines qui exécutent aujourd'hui une grande partie des travaux les plus ingrats. Mais pour des raisons apparemment mystérieuses, vous êtes plus occupé que jamais. Pis, vous avez l'impression que cette situation s'aggrave de jour en jour. Comment est-ce possible ? C'est tout simplement que votre attention est plus sollicitée que jamais. Vous croulez déjà sous le poids des occasions d'utiliser votre temps et de dépenser votre argent en tant qu'acteur, spectateur, utilisateur. Et voilà que chaque jour on vous présente encore plus d'opportunités. Ainsi, lorsque vous décidez de consacrer une heure à naviguer sur Internet, la première question que se posent les spécialistes du marketing est celle-ci : «Mais comment diable a-t-il pu dégager une heure de plus ?»

Réponse : en la retranchant du temps de votre vie. Vous avez fait le choix difficile d'utiliser l'une des heures irremplaçables qui vous ont été imparties pour naviguer sur le Web plutôt que de regarder l'une des dizaines de chaînes que vous pouvez recevoir par câble, de lire les trente-six courriers électroniques en attente dans votre boîte aux lettres, d'aller au restaurant, de vous bronzer dans un parc ou déjouer à un jeu de société avec vos enfants.

Soyons clairs : votre attention - le temps dont vous disposez pour «être attentif» - est devenue une denrée de plus en plus rare. Et, comme dans toute économie de marché, la rareté fait grimper les prix. D'aucuns ne voient là que l'énoncé d'un banal principe d'économie politique. Mais pour Seth Godin, c'est un créneau à exploiter. *Revue de presse*

Abandonnez votre vieille mercatique !

Vous vous étonnerez peut-être dans le résumé en français de l'ouvrage de Seth Godin de retrouver les termes de "mercatique" et de "mercaticiens" employés pour décrire les pratiques du marketing héritées des années 50's. C'est pour mieux souligner le décalage qu'il peut y avoir entre les tenants de la technique de communication de l'interruption ("hep, vous là-bas, j'ai quelque chose à vous crier!") et ceux du permission marketing (plus soft).

La mercatique classique conduit au gachis: c'est la première leçon du livre. L'autre leçon vient de ce que Godin et ses confrères du marketing on-line ont redécouvert: un prospect se traite avec respect et quand il est

devenu client on doit tout faire pour le garder longtemps. On peut lire ce livre en confiance : Godin a appris son marketing sur un champ de bataille terrible : l'Internet. Quand vous savez gagner des clients (qui payent) sur ce terrain-là et les garder, vous avez le droit de tirer sur la mercatique ! -- *La revue Résumés*
Download and Read Online Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing Seth Godin
#RGXD26ZFELB

Lire Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin pour ebook en lignePermission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin à lire en ligne.Online Permission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin ebook Téléchargement PDFPermission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin DocPermission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin MobipocketPermission marketing. Les Leçons d'Internet en marketing par Seth Godin EPub
RGXD26ZFELBRGXD26ZFELBRGXD26ZFELB