EURO ARGUS
INSITES ea
20577

auxipress
Media Monitoring & Analyses

Bizz (fr)
01.05.2010 Circulation: 17783 22b809
Page: 8 175

ActuaZzap



LE CONVERSATION MANAGER

Le « branded utility » en pratique

Comment les marques doivent-elles dialoguer avec leurs clients? Steven Van Belleghem, *managing partner* d'Insites Consulting et auteur de *De Conversation Manager*, analyse chaque mois un cas concret.

Le *branded utility* est un des derniers mots à la mode dans l'histoire récente du marketing. On peut définir ce concept comme l'engagement d'une marque à renforcer sa relation avec le consommateur. Il repose sur une série d'actions qui présentent un intérêt direct pour le consommateur et lui permettent de découvrir la valeur ajoutée de la marque. But: susciter le bouche à oreille. Un concept séduisant en théorie, mais pas toujours facile à mettre en œuvre. Audi l'a appliqué récemment avec succès lors de la campagne de lancement de la nouvelle A1. A côté de la plage de Barcelone, sous un ciel serein, l'entreprise a installé un *show-room* en plein air et un circuit d'essai, où les voitures, conduites par ses pilotes, tournaient à 360 degrés, roulaient sur deux roues... Des centaines de curieux se sont pressés pour faire un tour d'essai avec un des pilotes.



www.deconversationmanager.eu



©AuxiPress s.a./n.v.