

# Réenchantons nos produits et services

Quand on parle d'innovation, on pense souvent recherche et développement. Or, les TIC nous permettent désormais d'innover sans mobiliser à grands frais des laboratoires et autres centres de recherche. Les réussites d'entreprises au cours des dernières années sont éloquentes : l'avenir est à l'amélioration et à la personnalisation des produits et des services. Le marketing et la communication sont intimement liés à trois tendances lourdes qui généreront de la valeur dans les années à venir et qu'il convient d'intégrer dans notre réflexion quotidienne.

Tout d'abord, la coopération entre les entreprises et leurs clients est essentielle. Il faut sans cesse interagir avec ses consommateurs, les faire participer au développement ou à la customisation des produits. L'atelier Repetto est à ce

titre un exemple très parlant.

Vient ensuite le « social inside », bref, le réseau intégré dans les produits et les services. A l'instar de Nike+ les entreprises peuvent désormais offrir à leurs clients une expérience sociale et des services plus intéressants.

Enfin, le mot magique pour les années à venir sera la « data ». Il s'agit de rendre les produits et les services plus pertinents, comme le montrent les nombreuses applications qui s'appuient notamment sur « l'open data », mis à disposition par les collectivités locales. Parkings Bdx fournit par exemple des informations en temps réel sur la disponibilité des places de parking et est une illustration éloquentes de l'utilité de ces données.

Ainsi, l'innovation est réalisable au quotidien, pour peu que l'on remette le marketing et la communication au cœur des projets d'entreprise.

par **Béatrice Vendeaud**,  
administratrice de l'Apacom

FOCUS SUR L'ACTUALITÉ  
DE LA COMMUNICATION  
RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC  
L'APACOM

Association des professionnels aquitains  
de la communication  
24, cours de l'Intendance, 33000 Bordeaux

Tél. 05 56 51 05 20  
contact@apacom-aquitaine.com  
www.apacom-aquitaine.com

## LE « MADE IN RÉGION » A LE VENT EN POUPE

Cette revendication marque une tendance fréquemment utilisée par les entreprises dans leur communication. Les labels ou marques régionaux constituent un puissant outil marketing, à l'instar du « made in France ». Ils suscitent un lien de proximité et une fierté renforcée lorsqu'il s'agit de régions à forte identité. Cette appellation permet de valoriser les produits et de leur donner un caractère plus qualitatif, voire haut de gamme. C'est également un bon levier de communication pour se différencier, à l'heure où la mondialisation bouscule tous les codes établis.

## NUMÉRIQUE : LES PRIORITÉS DES ENTREPRISES

Selon l'Observatoire du numérique, les Français sont devenus accros à leur smartphone, ce qui implique de la part des entreprises une adaptation de leurs stratégies relationnelles. L'Observatoire distingue ainsi les priorités à intégrer dans leur stratégie : retrouver la confiance des clients, qui sont 73 % à refuser d'être contactés par une entreprise ; tourner leur relation vers le mobile, à travers une stratégie multicanal plus communautaire et contributive. Le rôle social des entreprises devra répondre aux besoins d'immédiateté, de partage et de fluidité des consommateurs.

<http://www.colorado-conseil.com/conseil/observatoire-des-usages-du-digital.html>

## Nuit des réseaux 2013

Après une année 2012 bien morose, si nous adoptions pour 2013 une nouvelle pensée positive ? L'optimisme, c'est le thème choisi pour la troisième édition de la Nuit des réseaux d'Aquitaine, qui se tiendra jeudi 28 février à 18 h 30, à la Cité mondiale à Bordeaux. Cet événement réunit les responsables des clubs et associations professionnels d'Aquitaine. Ils assisteront à une conférence sur le thème de l'optimisme, suivie d'un cocktail qui leur permettra d'échanger. Enfin, un dîner clôturera cette grande soirée. Inscriptions et informations sur [www.aquitaine.nuit-des-reseaux.com](http://www.aquitaine.nuit-des-reseaux.com).

