

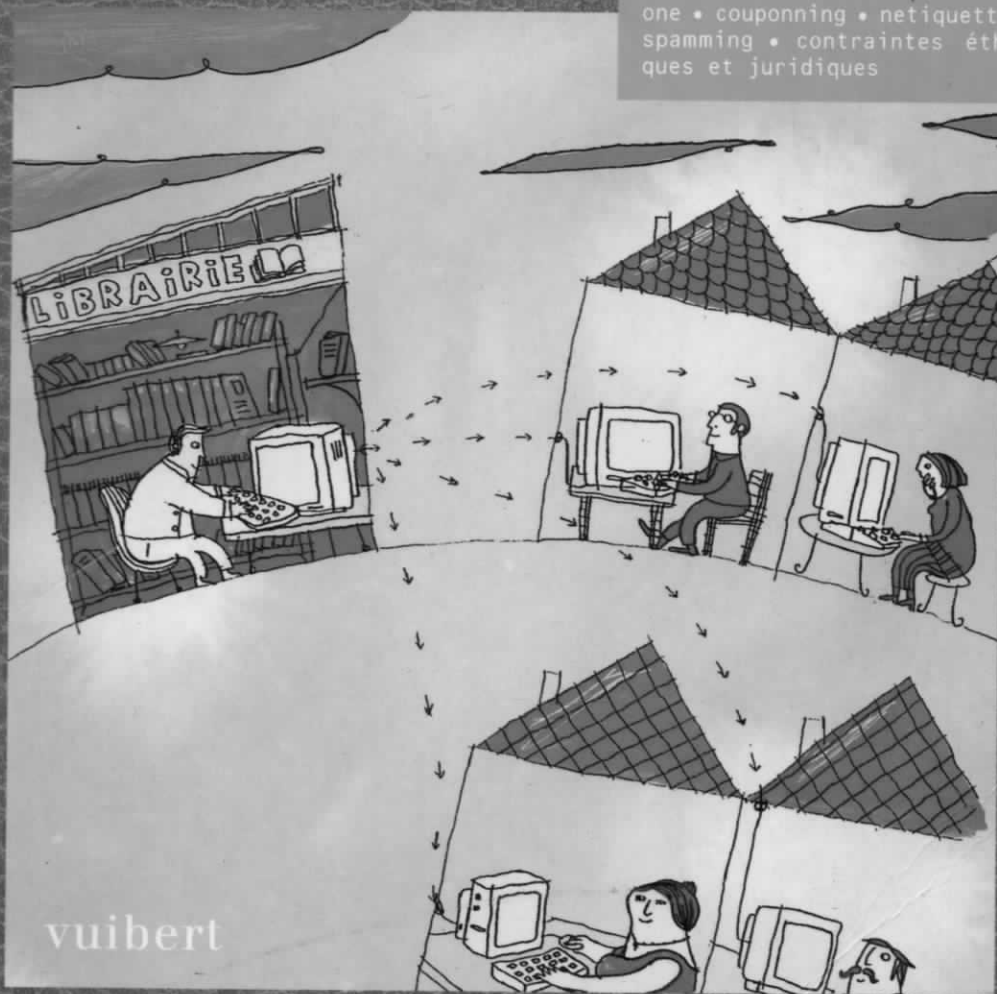
ENTREPRENDRE *Informatique*

Claire Breeds

# Marketing direct sur Internet

2<sup>e</sup> édition

interactivité • cible • plan  
marketing • stratégie • promo-  
tion • fidélisation • fichier •  
e-mailing • providers • one-to-  
one • couponning • netiquette •  
spamming • contraintes éthi-  
ques et juridiques





# Marketing direct sur Internet

2<sup>e</sup> édition

Votre société est présente sur Internet – ou souhaite y être – et votre souci principal demeure la rentabilité de vos investissements. Alors ce livre vous est dédié.

Entre l'élaboration d'une communication institutionnelle inefficace et l'usage de bandeaux publicitaires racoleurs, le marketing direct électronique s'impose progressivement comme l'outil idéal pour le développement de votre entreprise. Prenant davantage en compte les souhaits du consommateur, ce type de promotion est mieux ciblé et donc plus compétitif.

Vous trouverez ainsi dans cet ouvrage toutes les informations et astuces vous permettant de :

- transposer les techniques traditionnelles du marketing direct sur les réseaux en ligne ;
- exploiter au mieux leurs possibilités en utilisant toutes les ficelles de l'interactivité qui caractérise Internet ;
- développer les applications spécifiques à ce média.

Mettant également l'accent sur les contraintes d'ordre éthique et juridique et les caractéristiques particulières de la population utilisatrice de ce nouvel outil de communication, l'exhaustivité de ce livre lui a valu d'être récompensé par le Prix de l'Académie des sciences commerciales lors de sa 1<sup>re</sup> édition.

Cette 2<sup>e</sup> édition, entièrement refondue et illustrée de cas concrets, fait le point sur les dernières évolutions technologiques (outils de *tracking*, *profiling*, etc.), stratégiques (fournisseurs d'accès, portails, positionnement en ligne, etc.) et juridiques.

*Claire Breeds est titulaire du Master de marketing-publicité de l'École supérieure de gestion et intègre La Poste après une première expérience dans la promotion opérationnelle. D'abord chef de produit Internet à la direction de la Stratégie, elle devient ensuite responsable Partenariats au sein du pôle Nouvelles technologies, participant à la mise en place et au lancement d'Illiclic – le portail grand public de La Poste. Elle est aujourd'hui responsable Marketing d'une start-up et assure un enseignement à l'université de Paris XII.*

2-7117-8638-2



Illustration Gaëtan Doremus

**vuibert**  
www.vuibert.fr