

# Avez-vous des ressources sur le marketing digital / marketing mobile ? (livres et articles) merci

Notre réponse du 30/04/2016

Vous trouverez plusieurs ouvrages sur le marketing digital et le marketing mobile à la Bpi, notamment...

## – Marketing mobile : stratégies de m-marketing pour conquérir et fidéliser vos clients

Florence Jacob et Fabien Liénard

Editions Dunod, 2009

Disponible au niveau 2 de la bibliothèque, à la cote 655.7 JAC

Permalien : <https://catalogue.bpi.fr/fr/document/ark:/34201>

## – Marketing mobile : les clés pour intégrer efficacement le mobile dans vos stratégies marketing

Thierry Pires et Jérôme Stioui

Editions ENI, 2013

Disponible au niveau 2 de la bibliothèque, à la cote 655.7 PIC

Permalien : <https://catalogue.bpi.fr/fr/document/ark:/34201>

## – Marketing direct

Hervé Rioche

Editions Maxima, 2010

Disponible au niveau 2 de la bibliothèque, à la cote 655.7 RIO

Plus d'informations :

<https://catalogue.bpi.fr/fr/document/ark:/34201>

Comme vous pouvez le constater, tous ces ouvrages sont classés à l'**indice 655.7**. Tous les livres consacrés au e-marketing (une centaine environ) sont classés à cette cote.

Une recherche dans la **base Delphes** vous permettra de compléter

vosre recherche par des articles (Plus de 500 000 références à portée de clic sur la vie et la gestion de l'entreprise, l'activité et les chiffres-clés des marchés, les entreprises leaders et challengers, les secteurs porteurs, les tendances et les innovations, la situation économique régionale, nationale et internationale !)

397 articles repérés pour : « MARKETING MOBILE », dont par exemple :

**E-pub, fausses promesses et vrais retours. Bien voir, bien vu**  
Source : *Le Nouvel économiste*, 8 avril 2016 – n° 1811 – pp 30, 32

Etat des lieux des enjeux de la publicité sur Internet en France et dans le monde en 2015. Avec un marché hexagonal de 3 milliards d'euros, une progression mondiale de 6% et une captation de 28% des investissements médias (derrière la télévision mais devant la presse), la publicité en ligne, vecteur incontournable du modèle de l'Internet gratuit, reste fragilisée. Une e-pub sur deux n'est pas visualisée, sa visualisation « humaine » n'est pas garantie, la faute aux robots cliqueurs. Le réel trafic de la publicité sur Internet reste soumis à de nombreuses distorsions (audience trafiquée, faux-sites). Les parades : le RTB (Real Time Bidding) qui consiste à allouer une impression publicitaire à un annonceur et d'en déterminer le prix en temps réel en fonction de ses caractéristiques ; l'évolution vers la m-pub (qui progresse de 60% en 2015). Explications. Données chiffrées.

Descripteurs : PUBLICITE EN LIGNE – ACHAT D'ESPACE PUBLICITAIRE – MARKETING EN LIGNE – MARKETING MOBILE – STRATEGIE MARKETING – MARCHE PAR PRODUIT.

Producteur : © DELPHES Indexpresse 1

### **Le mobile dans l'expérience client. m-conso, tendances 2016**

Source : *Le Nouvel économiste*

8 avril 2016 – n° 1811 – pp 20, 22, 24

Etat des lieux mitigé du commerce mobile en France en 2016. Principal enseignement : le smartphone n'est utilisé que pour la prospection et encore trop peu pour la finalisation de

l'acte d'achat. Une caractéristique qui s'explique par des freins technologiques : un développement des interfaces mobiles moins nombreuses et moins abouties que celles du web, une capacité des smartphones moindre qu'un PC, l'inaccessibilité ponctuelle au réseau mobile. Des critères indépendants des commerçants qui restent toutefois très mobilisés autour du mobile en travaillant sur la récupération des data clients et sur le contenu digital de marque (ou brand content). L'enjeu : la progression des ventes estimée à 6,6 milliards d'euros via le canal mobile. Explications. Quelques données chiffrées.

Descripteurs : COMMERCE ELECTRONIQUE – APPLICATION POUR APPAREIL MOBILE – INTERNET MOBILE – DATA MINING – CONTENU DE MARQUE – MARKETING MOBILE – STRATEGIE MARKETING – MARCHE PAR PRODUIT.

Producteur : © DELPHES Indexpresse 2

### **Adaptateur de courant**

Source : *Stratégies*

10 mars 2016 – n° 1850 – p 46

Présentation de l'entreprise française Mozoo, spécialiste du marketing mobile. Son PDG, Jules Minvielle tient à cultiver l'ambiance start-up afin de fidéliser ses jeunes talents. Avec des bureaux à Paris, Londres et désormais San Francisco et Hong Kong, la jeune entreprise grandit vite. Deux métiers: concevoir des campagnes mobiles à la performance, et inventer des concepts créatifs mobiles pour les agences médias et des annonceurs. Importance primordiale selon lui de veiller à la bonne entente, voire à l'amitié de ses salariés. De nombreux éléments sont mis en place pour le divertissement du personnel. Le temps d'écoute est en ce sens quelque chose que Jules Minvielle veille à appliquer. CA non communiqué mais réalisé à 60% hors de France. Mozoo est rentable depuis deux ans. L'entreprise a levé 700 000 euros en 2010. Peu de chiffres.

Descripteurs : MARKETING MOBILE – STRATEGIE MARKETING – STYLE DE MANAGEMENT – PUBLICITE SUR MOBILE – CONSEIL EN COMMUNICATION – DIRIGEANT D'ENTREPRISE – ECHANGES EXTERIEURS PAR PRODUIT.

Producteur : © DELPHES Indexpresse 3

## **Alertes ciblées**

Source : *Stratégies*

25 février 2016 – n° 1848 – p 22

Présentation de l'application pour appareil mobile Batch, qui propose aux marques et aux médias un outil de ciblage des notifications « push », aussi appelées alertes. Elles peuvent augmenter considérablement le trafic des applications mobiles si leur utilisation est intelligente. Proposer un contenu pertinent ravit les mobinautes ; Batch, en ciblant les notifications, en offre la possibilité grâce à de multiples critères. Lancée en 2009, la start-up à l'origine de Batch a levé 10 millions d'euros fin 2012. Retour sur les difficultés de l'entreprise après cet événement. Aujourd'hui performante, l'application envoie plus d'un milliard de notifications par mois. CA visé de plusieurs millions d'euros en 2016, sans précisions. Levée de fonds possible en 2017. Peu de chiffres.

Descripteurs : APPLICATION POUR APPAREIL MOBILE – CIBLAGE COMPORTEMENTAL – MARKETING MOBILE.

Producteur : © DELPHES Indexpresse 4

Cordialement,

[Eurêkoi](#) – Bibliothèque Publique d'Information