

BEST OF PERSPECTIVES

6 Les perspectives 2012 vues par la profession

BEST OF

- 8 La recherche "sociale" de Google fait polémique
- 10 Les quatre tendances de l'e-pub en 2012
- 12 Adobe donne dix conseils pour réussir ses campagnes marketing on line

L'ÉVÈNEMENT

14 101^e Forum de la National Retail Federation



Interview d'Adele Sweetwood, vice-présidente marketing de SAS aux États-Unis: «Big data: le plus grand risque est de ne rien faire»

BAROMÈTRE

17 Le média courrier déchiffré

FANOMÈTRE

18 L'engagement des communautés sur Facebook, en France



À SUIVRE

20 YouTube booste le marketing vidéo

VU À L'INTERNATIONAL

22 L'usage des médias sociaux varie considérablement selon les pays

TRIBUNES

24 Marketing relationnel: vers un retour en force des basiques, par Christophe Genin / LaSer

26 Facebook, nouvel Eldorado ou tonneau des Danaïdes, par Henri Kaufman / Hip Ip Ip

ENQUÊTE

29 Quand la technologie cultive la relation client

L'INVITÉ DU MOIS

38 Interview de Cyrille Giraudat, directeur marketing du PMU

DÉCRYPTAGE

44 Houra.fr fait son cinéma

46 3 Suisses parle de mode

48 Volkswagen: grande "opé" pour petit modèle

49 Mumm sort son appli



NOUVEAU

PAROLE(S) DE CRÉA

50 Les de... Philippe Mihelic / FullSIX France

PORTFOLIO

52 Arval, une carte source d'économies

53 Challenges, des cadeaux à gogo

54 Yamaha, interaction et mobilité

55 Virgin Megastore, suspens pour la Saint-Valentin

AVIS D'EXPERT

56 L'avenir de la protection des données en France: ce qui va changer, par M^e Céline Avignon / Cabinet Alain Bensoussan

EN PRATIQUE

58 Cinq conseils pour réussir son appli Facebook

NOUVEAU

LA VIE DES RÉSEAUX

60 Interview de Jérôme Touchebœuf, AACC

61 Le NFC, invité d'honneur de la MMA

PORTRAIT

62 William Faivre / Catalina France



SAGA

64 Ebuzzing, générateur de bruit sur la toile



NOMINATIONS

66 Les nominations par secteur

Pour vous abonner, retrouvez-nous page 35

ENQUÊTE

P. 29

LE MARKETING DES DERNIERS MÈTRES

Le NFC intéresse les enseignes en concurrence avec les sites d'e-commerce. Cette technologie permet en effet de conquérir et de fidéliser les clients

en point de vente. Le "sans contact" promet de mettre en œuvre, demain, un marketing en temps réel et géolocalisé. Évidemment, cette technologie aiguise l'appétit des opérateurs mobiles, des banques et autres pure players.



VU A L'INTERNATIONAL

P. 22

L'USAGE DES MÉDIAS SOCIAUX VARIE CONSIDÉRABLEMENT SELON LES PAYS



L'INVITÉ DU MOIS



P. 38

«Nous voulons animer la communauté des parieurs»

INTERVIEW CYRILLE GIRAUDAT / DIRECTEUR MARKETING DU PMU

DÉCRYPTAGE LA CAMPAGNE DU MOIS



P. 44

HOURA.FR FAIT SON CINÉMA

Le cybermarché a orchestré une vaste campagne multicanal pour célébrer son 12^e anniversaire. L'occasion de présenter son nouveau programme de fidélité et de placer ses salariés au cœur du dispositif.