

Numéro 121

6 Événement

Investissements publicitaires
Le courrier reste l'apanage des distributeurs

8 Actualités

Agences
HighCo lance l'e-couponing

Développement

NetBooster rassemble ses compétences digitales en une seule agence

10 On line

Opinion Way lance WeeTrack

12 Profession

KDP Groupe lance son activité conseil

14 Solutions

Pitney Bowes promeut la transpromo

18 Stratégie

Conquête
Harlequin s'offre une cure de jeunisme

20 Relation client

ParuVendu enrichit son offre avec "100 % loisirs"

21 On line

Les grands classiques à la carte

22 Recrutement

Henkel réactive sa base de données

23 E-commerce

Clarins veut parfaire sa relation consommateur

24 Créations

Caritatif
Handicap International offre des sacs à chaussures

30 Entretien



© Bruno Deleessard

Christophe Roux (ARJOWIGGINS)

“ Nous souhaitons tendre vers le 100 % recyclé ”

Acteur phare de l'imprimé "responsable", Arjowiggins entend éduquer le marché français sur les bienfaits, notamment en termes de communication, de l'utilisation de papiers recyclés.

34 Enquête

© Frog974-Fotolias.com

MD

Développement durable
Le MD passe timidement au vert

Depuis quelques mois, on ne compte plus les initiatives prises par des acteurs de la communication directe, tous horizons confondus, en faveur de la protection de l'environnement. Au-delà du simple effet d'annonce, la filière dans son ensemble semble avoir pris conscience des enjeux et de son importance pour l'avenir du métier.

45 Dossier

Données

FICHIERS B TO C : LE MULTICANAL PEINE À S'IMPOSER

Le multicanal provoque un bel engouement chez les prestataires, que ce soit pour les campagnes de prospection ou de fidélisation. Pourtant, il ne correspond pas toujours à la stratégie et au budget des annonceurs.

54 Vécu

VAD

M6 Boutique : silence, on tourne !

Le nouveau siège social de M6 Boutique, dont les 7 500 m² ont été inaugurés en janvier 2008 à Rungis (Val-de-Marne), reflète l'image moderne que l'entreprise souhaite donner au téléachat.



© Bruno Deleessard

63 Cahier pratique

Savoir Faire
Comment améliorer le traitement d'adresses

Passer par un traitement informatique approprié et des mises à jour régulières, sont les deux moyens d'éviter les dépenses inutiles. À la clé : la réalisation d'économies sur l'envoi de mailings, l'amélioration du taux de réception avec une baisse significative des NPAI.

74 Techno

La technologie "fusion flash" pour l'impression haut débit

76 People

Portrait : Pierre-Élie Coursac (DraftFcb)

78 Juridique

Ventes avec prime : Cadeaux et MD

80 Services

Agenda, livres, formations

81 Indicateurs

Top 5 des bannières
Top 10 e-commerce

82 Portrait

LÉA (Agent virtuel sur voyages-sncf.com)



Au sommaire du prochain numéro

Parution le 8 septembre 2008

Enquête : Conquête et fidélisation d'abonnés dans la presse
Dossier : L'e-mailing
Savoir Faire : Le catalogue