

Le web marketing

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Le web marketing

Auteur(s) : Bodier, Stéphane

Mention d'édition : 2e éd. refondue

Editeur, producteur : Paris : Presses universitaires de France, impr. 2014
(53-Mayenne; Impr. Jouve)

Description matérielle : 1 vol. (127 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 18 cm

Collection : Que sais-je ? économie 0768-0066 n° 3905

ISBN : 978-2-13-063239-9

EAN : 9782130632399

Appartient à la collection : Que sais-je ? 0768-0066 3905

Classification décimale Dewey : 658.872 23

Note(s) : La 4e de couv. porte en plus : "La nouvelle donne du marketing". - Liste de sites internet pp. (123-125). - Lexique

Résumé ou extrait : Le web marketing bouleverse toutes les règles du marketing classique. Les nouveaux outils de communication permettent de cibler beaucoup plus efficacement les consommateurs en fonction de leurs caractéristiques personnelles et de leurs aspirations, puis d'individualiser la communication et l'offre commerciale en fonction de leur nature. Véritable alternative au marketing classique, le web marketing présente en outre un atout considérable : l'évaluation immédiate de l'efficacité d'une campagne. S'appuyant sur de nombreux exemples, cet ouvrage propose la première synthèse sur le web marketing. Il en définit les outils et les pratiques actuelles, et invite à cerner les probables usages de demain. [4e de couv.]

Sujet(s) : Marketing sur Internet

Sujet - Nom commun : Marketing sur Internet

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Guides pratiques