

## Marketing Is Dead

marketingisdead.blogspot.com

10/06/10

### Du Recessionista américain au Consobattant français



La crise actuelle n'est certainement pas une crise comme les autres.

Peut-être pas d'un point de vue économique mais ce n'est pas celui qui nous importe ici, il y a suffisamment de spécialistes pour en parler.

Mais de celui du consommateur, si.

**Panel on the Web**, sous égide de son Comité Scientifique, a réalisé une vaste étude analysant sous toutes ses facettes le consommateur face à la crise.

Une étude qui révèle un consommateur parfois désemparé mais pas démuni.

"Avec le durcissement des conditions de consommation, le consoacteur sest transformé en consobattant. Malgré la crise, il ne savoue pas (encore) vaincu. Il est pugnace, volontariste, pense qu'au niveau individuel il peut sen sortir à condition de se battre, de faire preuve de débrouillardise.

"Comme les "recessionistas" aux Etats-Unis, il va de lavant et ne se laisse pas abattre. Il met en place une multitude de stratégies et de tactiques pour défendre son "vouloir" dachat.

"C'est un véritable stratège de la consommation. Il nhésite pas à "entrer en guerre", "mettre en uvre des représailles" contre les distributeurs et les marques qui le flouent".

## Évaluation du site

L'auteur de ce blog diffuse des billets concernant l'actualité des dernières tendances du marketing, principalement.

**Cible**  
Spécialisée

**Dynamisme\*** :1

\* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

## Marketing Is Dead

13/06/10

Pour les marketers, ça passe ou ça casse ... ou plutôt, on s'adapte ou on disparaît (pas eux, leur entreprise).

Vous avez envie d'en discuter avec quelques collègues, d'autres entreprises ... en tout anonymat bien entendu : c'est le moment.

Le dernier volet de l'étude de **Panel on the Web**, c'est un forum de discussions où peuvent s'exprimer en toute discrétion les marketers qui le souhaitent, et échanger avec leurs pairs.

Comment ?

En suivant ce lien : <http://blogs.panelontheweb.com/09315B/index.asp>

Vous cliquez pour vous créer un compte ... et c'est parti !

Mais = calculateur-consuméteur 21

Panel on the Web, sous l'égide de son Comité Scientifique, a réalisé une vaste étude analysant sous toutes les facettes le consommateur face à la crise.

Une étude qui révèle un consommateur parfois désemparé mais pas démuni.

"Avec le déplacement des conditions de consommation, le consommateur est transformé en combattant. Malgré la crise, il ne se laisse pas rendre passif. Il est pugnace, volontariste. Parce qu'au niveau individuel il peut en sortir à condition de se battre, de faire preuve de réactivité."

"Comme les 'représentants' du marketing, il va de l'avant et ne se laisse pas abattre. Il met en place une multitude de stratégies et de tactiques pour défendre son 'vulnérabilité' d'achat."

"C'est un véritable stratège de la consommation. Il n'hésite pas à 'entrer en guerre' contre les 'représentants' contre les distributeurs et les marques qui le trahissent."

## Évaluation du site