



FIDELISEZ VOS PROSPECTS



Dans la même rubrique :

Accueil

Home > Opinions

Articles

- ▶ Opinions
- ▶ Actualité
- ▶ Communiqués
- ▶ Livres et études
- ▶ Témoignages utilisateurs
- ▶ Revue de presse
- ▶ "People"

Consumer to Consumer, la prochaine révolution
Lentement mais sûrement le "CtC" (prononcer citouci) est en train d'exploser...

- Envoyer à un ami
- Version imprimable

Le Consumer to Consumer, c'est quoi ? Une relation marchande, commerciale, non plus entre une marque et ses consommateurs (BtC), ou entre plusieurs entreprises (BtB), mais entre personnes privées, entre "vrais gens".

Des enchères en ligne aux vide-greniers dans toute la France chaque dimanche, en passant par les forums et autres newsgroups sur Internet, c'est une toute nouvelle forme d'économie, individualiste et débrouillarde, qui se met en place.

Certes, le commerce interpersonnel n'est pas nouveau. Mais ce qui est différent aujourd'hui, en dehors même du plus grand nombre d'individus concernés, ce sont les conséquences et les leçons à tirer pour le marketing traditionnel.

Le CtC incarne d'abord le marketing affinitaire par excellence. Ainsi on préférera acheter une moto ou un ordinateur à un "particulier" qui saura en parler bien mieux qu'un vendeur en magasin... On aura avec cette personne une relation bien plus riche, bien plus proche. Une grande source d'inspiration pour les marques relationnelles.

Ensuite le CtC est devenu le lieu du buzz et de la rumeur : c'est là que se font et défont les réputations des marques, là que s'y décryptent finement leur marketing, leur communication. De l'étude consommateur gratuite, et plus que pertinente.

Mais bien plus loin, le CtC joue un rôle sociétal clé car il est le révélateur et l'exutoire de tous nos errements de consommateur : il faut bien se débarrasser de ce dont on a plus besoin, de ce qui n'a jamais vraiment servi, honorablement, sans jeter ni gaspiller... On se donnera ainsi toutes les bonnes raisons pour s'offrir quelque chose dont on a très envie, tout en sachant que l'on pourra facilement le revendre aux enchères sur Internet...

Le CtC est le placebo puissant et indispensable de notre société de consommation.

Tout ce qui se vend et s'achète en CtC a logiquement, déjà été acheté... dans un magasin, à une marque... Le CtC n'est pas une menace pour le business des marques. Il encourage la consommation au sens large, rend l'économie plus liquide et plus "libérale" que jamais.

Quant au "no-logo", il ne s'applique pas dans l'univers du CtC : on s'y échange de la marque, de la qualité, quelque chose dont on puisse parler en bien. Pour le low-cost, on ira à l'hypermarché. Un point rassurant pour les marques aujourd'hui menacées dans leur identité même.

Le CtC est plus qu'une révolution. Il est l'avenir de la consommation.



Nos Services

- ▶ Abonnement gratuit
- ▶ Contactez-nous !
- ▶ Annuaire Editeurs
- ▶ Annuaire Intégrateurs
- ▶ Espace Emploi
- ▶ Forum et débats
- ▶ Notre librairie du CRM

A découvrir

- Proposer un article
- Galerie de photos
- Téléchargements
- Annuaire de liens
- Glossaire
- FAQ - Foire aux Questions
- Qui sommes nous ?

Réservez aux abonnés

Vous êtes abonné...
Login
Password

Sondage

Franck OUDIT
ConsumerToConsumer, l'Agence
f.oudit@toconsumer.net

Publié avec la complicité de nos confrères du magazine Newzy, que nous remercions chaleureusement pour la qualité de leur publication.

Article paru dans le magazine Newzy n° 8, novembre-décembre 2004
www.newzy.fr

Franck OUDIT
04/11/2004
Article lu 277 fois

Commentaires

Posté par CtoC le 2004-11-30 14:13:06

Vous pourrez retrouver Franck Oudit et son approche du C2C dans un site web dédié : <http://www.consumerstoconsumer.net>. Vos commentaires sont les bienvenus !

La nécessité de la formation à la communication par téléphone
30/11/2004

Avez-vous optimisé votre base ?
30/11/2004

Mieux calculer la valeur individuelle des clients procure un avantage concurrentiel !
22/11/2004

Consumer to Consumer, la prochaine révolution
04/11/2004

Vers la fidélisation des clients et l'uniformisation de la gestion des flux avec le CRM financier
02/11/2004

Vers la communication client / prospect en temps réel
25/10/2004

Origine historique du Droit commercial en France
24/10/2004

Les différents types de sites de Business Social NetWorking
23/10/2004

Le CRM analytique au cœur de la relation client !
20/10/2004

Qui montre son c.. à ses clients ?
14/10/2004

Quel est votre délai de réponse à une question d'un client/prospect envoyée par email ?

En temps réel (via des outils 'chat', SMS, téléphone)

Dans l'heure qui suit

Dans la demi-journée

Dans la journée

Dans la semaine

En plus d'une semaine

<http://www.consumertoconsumer.net>

Nouveau commentaire :

.....
Nom

Adresse email

Site web

Commentaire

Votre adresse IP sera enregistrée avec votre message : 213.228.0.86

"People" | Opinions | Actualité | Communiqués | Livres et études | Témoignages utilisateurs | Revue de presse

Copyright Nieuwbourg Group
Syndication