



Big Data : univers de tous les possibles

publié le 27/06/2015 - mis à jour le 28/06/2015

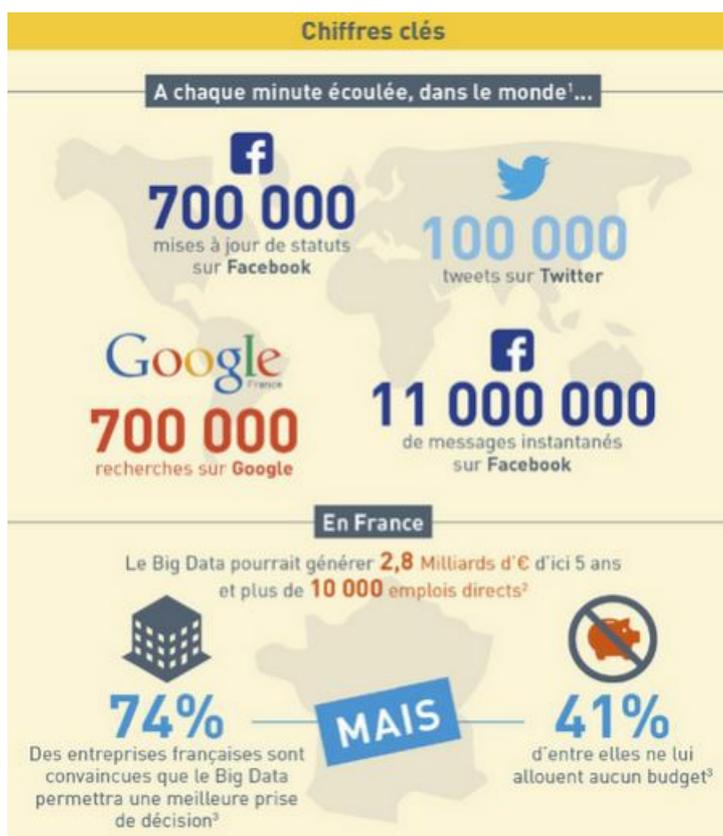
Descriptif :

Vers un plus grand partage de l'information Usages : l'infini et plus Outils

Web 2.0 et réseaux sociaux ont bouleversé le rapport marque / consommateur en donnant à ce dernier la possibilité de s'exprimer, comparer, juger, partager... poussant les annonceurs à s'adapter vers des modèles de relation favorisant l'échange. Car loin de rejeter le contact, le consommateur le plébiscite, sous condition cependant que l'on s'adresse à lui en tant qu'individu, pas en tant que membre d'une masse.

Suite logique : la création de contenus personnalisés dans lesquels les clients trouvent un intérêt réel, ou de publicités qui correspondent à leurs attentes du moment. Une stratégie gagnant-gagnant rendue possible grâce au croisement de données clients qui permet de retranscrire moments de vie et goûts personnels : Zoom sur la révolution numérique du Big Data.

[Vers un plus grand partage de l'information](#)



Le Big Data en chiffres



Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers. Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.