



Faut-il s'abonner à tout prix ?

publié le 13/01/2023 - mis à jour le 16/01/2023

La propriété d'un produit pour obtenir la solution à un problème est-elle toujours la solution ?

Descriptif :

Une émission de radio France qui analyse le glissement d'une société de la propriété à une société de l'usage.

Sommaire :

- Le plan de l'émission :

Le 05 janvier le thème de l'émission "Grand bien vous fasse" était " Faut-il s'abonner à tout prix  ?"

Cette émission est très riche et permet d'aborder de multiples notions de marketing. Il faut sans doute la couper pour utiliser les parties qui nous intéressent.

- Le plan de l'émission :

Extension du domaine de l'abonnement

typologie des abonnements :

- le classique l'abonnement se substitue à une vente à l'unité,
- l'abonnement privilège : vous payez un abonnement pour bénéficier d'avantages
- l'abonnement serviciel : vous payez un abonnement pour jouir d'un bien.

Une mutation profonde des pratiques de consommation ?

- Histoire de l'abonnement depuis le XIX ème

Des bons et des mauvais côtés

- Permet aux entreprises d'assurer la récurrence des revenus
- Certaines locations plutôt qu'un achat peuvent avoir un côté écologique
- Abonnements contraints,
- Pas de paiement direct

La diversité des secteurs d'activité

- Le cas de Netflix : la pertinence de la proposition de valeur

La fidélité c'est le nerf de la guerre

La distinction coût de recrutement, coût de rétention, coût d'attrition.

La résiliation de l'abonnement

La Data : les données personnelles

Le marketing relationnel

