



Retail : le SMS comme levier de transaction ?

publié le 14/05/2016

Descriptif :

Le texto-commerce vous connaissez ? C'est peut-être la future lubie des marques : le commerce conversationnel. INfluencia analyse le phénomène.

Les marques s'entichent aussi rapidement d'un nouveau support d'engagement qu'un ado boutonéux de la première fille sexy qui lui sourit tendrement. Dans sa quête de conversation avec le consommateur, elles sautent sur la première tendance venue, quitte à réfléchir après coup. Le pourquoi de la forme prime, c'est le nouveau paradigme. Cette course tête baissée à l'engagement par la discussion participative redonne ses lettres de noblesse à la narration qualitative et intelligente. C'est une bonne chose. Mais elle génère aussi des hype autour du moindre levier encensé par les agences et la concurrence.

Depuis quelques mois, le "commerce conversationnel" en est une, comme la narration interactive par le podcast a aussi commencé récemment à séduire une industrie de la com' qui l'a longtemps sous-estimée. [↗](#)



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.