

Internet Média Cannibale

Paris, septembre 2006

L'Electronic Business Group présente Internet Média Cannibale, l'édition 2006 de son guide de référence sur le marketing interactif.



L'organisation présidée par Patrick Le Lay, et qui regroupe plus de 450 entreprises autour de commissions pratiques et de soirées de networking, poursuit son lobbying en faveur du média Internet.

Fruit de l'étroite collaboration de l'EBG avec une soixantaine de professionnels (agences, annonceurs, instituts d'études, etc.), le guide dresse un panorama éclairé de la croissance d'Internet et des bouleversements qu'il entraîne pour une marque et ses publics.

Des tribunes et des recommandations d'experts donnent les clés indispensables pour décrypter les grands enjeux du marketing interactif et en maîtriser au mieux les différents outils (datamining, emailing, buzz, blog, référencement, publicité en ligne, mobile marketing, etc.) ou les contraintes techniques et juridiques.

Ces approches sont ensuite concrètement illustrées par plus de 70 cas de grandes marques françaises et étrangères, B to C et B to B, qui ont accepté de dévoiler leurs stratégies Internet et mobile. Chaque cas détaille les objectifs, les

techniques et les outils que ces entreprises ont utilisés pour la mise en œuvre opérationnelle, qu'elles soient débutantes ou au contraire expérimentées. Cette diversité des pratiques, des problématiques et des secteurs d'activité (du luxe à l'alimentaire, en passant par le tourisme, l'industrie, les pure players...) donne au lecteur une vision globale et un recul intéressant sur les résultats et les enseignements à tirer.

Internet Média Cannibale
Elenbi Editeur
40€

Pour plus de renseignement, contactez :
Lucas Denjean / 06 64 32 05 68
Benjamin Glaesener / benjamin.glaesener@ebg.net / 01 45 23 05 89