

Marketing de 4^e génération

Je me suis permis de définir différentes étapes d'évolution du marketing :

- **1e génération** : le marketing de la publicité. Il fallait faire connaître les produits que les entreprises proposaient. C'était l'époque de la "réclame".
- **2e génération** : la conception de produits. Étape suivante, il fallait concevoir des produits adaptés aux besoins des consommateurs, c'est la grande époque des études de marchés et de la réorganisation des entreprises : les services marketing prennent le pouvoir sur les ingénieurs. Beaucoup d'entreprises sont encore dans cette génération.
- **3e génération** : la CRM (Custom Relation Management) ou GRC (Gestion de la Relation Client) en français. C'est l'époque actuelle de la fidélisation des clients. Les entreprises commencent à passer à cette génération.
- **4e génération** : le marketing du cadeau. On offre des produits (généralement des services) gratuits afin de développer un modèle économique sous-jacent. Soit pour faire venir le consommateur vers la marque ou une gamme de produits (exemple : les magasins où l'on peut venir essayer, tester, des produits mais où on ne les vend pas, il faudra aller vers les magasins distributeurs), soit pour vendre les informations recueillies lors de l'utilisation des produits (Cf les GAFA), soit pour développer la fiabilité des produits, les faire évoluer, c'est le modèle principal des Logiciel Libres.