

Présentation : La Personnalisation dans le Marketing Digital

Sujet

Exploration de la personnalisation comme stratégie clé dans le marketing digital, avec des exemples concrets de grandes marques.

Objectifs

1. Comprendre comment la personnalisation fonctionne.
2. Analyser des cas réels de marques utilisant cette stratégie.
3. Discuter des avantages et des limites.

Plan de la Présentation

Introduction

- Définition et importance de la personnalisation.

Exemples Concrets

1. **Nike** : Personnalisation de sneakers (couleurs, matériaux, nom).
2. **Amazon** : Recommandations basées sur l'historique (rasoir → lames de rechange).
3. **Spotify** : Playlists personnalisées (Découvertes de la semaine).
4. **Netflix** : Recommandations de séries (*Breaking Bad* → *Better Call Saul*).

Avantages

- Engagement client accru.
- Meilleure expérience utilisateur.
- Hausse des ventes et fidélité.

Limites

- Risque de surpersonnalisation (trop d'emails, pubs intrusives).
- Respect de la vie privée essentiel.

Conclusion

- La personnalisation est puissante mais doit être utilisée avec discernement.
- Équilibre entre pertinence et respect du client.

Présentateurs : AHMED ALI Mohamed Yassine, SALLEMI Mokhtar

Date : 27/02/2025