

	MARKETING TRADITIONNEL	MARKETING RELATIONNEL
Approche marketing dominante	Marketing mix	Marketing interactif (soutenu par le marketing mix)
Composante stratégique principale de l'entreprise	Dimension objective (approche produit)	Dimension relationnelle (solutions proposées)
Mesure de la satisfaction du client	Contrôle de la part de marché (approche indirecte)	Gestion des bases de données relationnelles (approche directe)
Système d'information sur les clients	Enquêtes de satisfaction (mesures épisodiques)	Systèmes de feedback en temps réel (mesures instantanées)
Interdépendance entre fonctions de l'entreprise	Cloisonnement entre fonctions et interfaces limitées (organisation verticale et hiérarchique)	Approche transversale et importance des interfaces (organisation horizontale et collaborative)

The Cluetrain Manifest, Le manifeste des évidences

J'ai choisi de citer quelques points de ce manifeste, rédigé en 1999, afin de démontrer la dimension sociale des réseaux sociaux et pour étayer les enjeux de ces derniers. Les idées émises dans ce texte permettent également d'orienter mes propositions auprès des entreprises. Les auteurs du Manifeste des évidences annoncent que les marchés sont des conversations. Aujourd'hui avec l'incroyable développement des médias sociaux et des solutions collaboratives d'entreprise, toute l'économie est impliquée. Il me paraît intéressant d'introduire dans ce travail une vision critique des marchés émise par les quelques consommateurs. Bien que rédigé il y a plus de 10 ans, certaines remarques sont très actuelles et elles peuvent orienter les PME dans leurs relations à leurs clients:

Dans les quatre descriptions suivantes, les auteurs démontrent l'humanité des réseaux virtuels:

1. *Les marchés sont des conversations.*
2. *Les marchés sont constitués d'êtres humains, non de secteurs démographiques.*
3. *Les conversations entre humains sonnent de façon humaine. Elles sont menées sur un ton humain.*
6. *L'Internet permet des conversations entre êtres humains qui étaient tout simplement impossibles à l'ère des mass-médias.*

Cet item annonce le changement de fonctionnement des entreprises avec les réseaux sociaux:

7. *Les hyperliens renversent la hiérarchie.*