

RSS

Podcast

Recherche Powered by Google™

EDITO

Welcome to MétAtelier!

Several trends compete in the information world. The speed, exclusivity, completeness and selectivity. The workshop has chosen: it will be selectivity.

► **Actualité**► **Dossiers**► **Chroniques**► **En bref**

Décryptage international

> asie.atelier.fr> atelier-us.com

TOP 5

- > Locon secures airport runways
- > The advertising comes on pirated videos
- > Away from social networks is not a good strategy
- > High-Tech: taking into account the user experience is progressing
- > "Touch is the sense that no ambiguity"



The WorkshopLab AsiaU.S. workshop

ACTUALITÉ



Focus

The banners should be required to forget

The influence of an advertising campaign is all the greater if it is exposed repeatedly to the consumer, without the latter's remark consciously. The unconscious will affect the act of purchase.

Applications	16/12/2008 at 17h33
Industry luxury WISEKey scans certificates of authenticity	
Uses	16/12/2008 at 16h47
Cameras integrated into mobile man shall let	
Health	16/12/2008 at 15h21
The grid facilitates research in pediatrics	
Uses	16/12/2008 at 12:21
Why Google does not know the crisis	
Uses	16/12/2008 at 10:58
The Internet of the future will be mobile and with intelligence	
Uses	15/12/2008 at 17:00
Touch" is the meaning which has no ambiguity"	
Uses	15/12/2008 at 16h36
The third generation portal? TV and Internet	
Uses	15/12/2008 at 14h28
From serious game to improve youth	
Industry	15/12/2008 at 12:18
High-Tech: taking into account the user experience is progressing	
E-marketing	15/12/2008 at 10:42
Neglecting social networks is not a good strategy	
Computers	12/12/2008 at 16h02
Targeted advertising comes on pirated videos	
Uses	12/12/2008 at 15:10
When the prison chaplain preaches online	
Computers	12/12/2008 at 14h33
"What counts is not to be unique is to be ahead"	

> [Read the news](#)

CHRONIQUES

**Avatars = web link between social and web3D**

A player spends hundreds of hours on World of Warcraft or a user discussion on Twitter or forums, it is always accompanied by a virtual presence and visual self-image it conveys.

**Obama or sham democracy on the web**

Bloggers, political and marketing professionals: everyone agrees to say qu'Obama led a victorious campaign in terms of policy and digital marketing. But this is marketing.

RADIO

BFM

Emissions

Facilitators

The links of the issue

☐ **The letter day**

See an example

☐ **The monthly program events**

See an example

email

OK

► **ATELIERS**

On 17/12/2008 at 09:00

[Microsoft](#)**Microsoft**
[Facilitate decision-making of senior management to functional](#)
Parentheses

L'Atelier>>

Find L'Atelier

on Facebook>>

Visit the universe **Netvibes****GINGER** L'Atelier>>

Follow L'Atelier

Twitter>>[e page](#) [Personal sp](#)[Library Search](#)

**Finance suffers Does the music of dematerialisation?**

Digitize works revolutionized the recording industry. Did she not been the prelude to what we see today with the financial crisis?

DOSSIERS

**Adobe Max special: when trades, technologies and tools evolve**

Adobe Max, which took place in Milan, was biased in cloud and social computing. The hardware has not been ignored. Finally: news, some bold. Panorama.

**Over the articles in The Lab: October 2008**

From the hundreds of news unearthed by the editorial, two points emerge: the impact of technology from the world play on training and the creation of a duplicate of our universe.

not a good strategy
> High-Tech taking into account
the user experience is
progressing
> "Touch is the sense that no
ambiguity"



consumer product.

Related articles on the site of the workshop:

- [When marketing mouth itself on social networks](#) (04/12/2008)
- [The relationship marketing tires of personalization](#) (02/07/2008)
- [Youth exchange pub against free mobile service](#) (03/06/2008)
- [The marketing is gaining on mobile](#) (16/01/2008)
- [The Far East boosts the advertising industry on mobile](#) (18/12/2007)
- [Contextual advertising on mobile phones for Chinese SMEs](#) (14/12/2007)

See also our space "Chronicles":

- [Business strategies inspired football](#) (23/05/2008)
- [Information technology abuse the break](#) (09/01/2008)

Mathilde Cristiani, L'Atelier BNP Paribas

© 2008 L'Atelier BNP Paribas

■ ARTICLES

> Banners must be remembered
necessary

Parentheses

[L'Atelier>>](#)

Find L'Atelier

[on Facebook>>](#)

Visit the universe **Netvibes**

GINGER [L'Atelier>>](#)

Follow L'Atelier

Twitter>>

No comments

Name (required)

E-mail (required) (not shown)

Website

<http://>

Your comment



[Reload image](#)

Enter the letters displayed on the image

Validate

[RSS](#)
[Podcast](#)
[Recherche](#) Powered by Google

EDITO

Bienvenue au MétAtelier !

Plusieurs tendances s'affrontent dans le monde informationnel. La rapidité, l'exclusivité, l'exhaustivité et la sélectivité. L'Atelier a choisi : ce sera la sélectivité.

[► Actualité](#)
[► Dossiers](#)
[► Chroniques](#)
[► En bref](#)
[Décryptage international](#)

[> asie.atelier.fr](#)

[> atelier-us.com](#)

TOP 5

- > Locon sécurise les pistes des aéroports
- > La publicité ciblée s'invite sur les vidéos piratées
- > Délaisser les réseaux sociaux n'est pas une bonne stratégie
- > High-Tech : la prise en compte de l'expérience utilisateur progresse
- > "Le toucher, c'est le sens qui n'a pas d'ambiguïté"



L'AtelierAtelier AsieAtelier US

ACTUALITÉ



Focus

Les bannières doivent se faire oublier pour s'imposer

L'influence d'une campagne publicitaire est d'autant plus grande si elle s'expose de façon répétée au consommateur, sans que celui-ci la remarque consciemment. L'inconscient se charge d'influer sur l'acte d'achat.

Applications	16/12/2008 à 17h33
Industrie du luxe : WiSeKey numérise les certificats d'authenticité	
Usages	16/12/2008 à 16h47
Caméras intégrées aux mobiles : l'homme communique sans parler	
Santé	16/12/2008 à 15h21
Le grid facilite la recherche en pédiatrie	
Usages	16/12/2008 à 12h21
Pourquoi Google ne connaîtra pas la crise	
Usages	16/12/2008 à 10h58
L'Internet du futur sera mobile et doté d'intelligence	
Usages	15/12/2008 à 17h00
"Le toucher, c'est le sens qui n'a pas d'ambiguïté"	
Usages	15/12/2008 à 16h36
Le portail troisième génération ? TV et internautes	
Usages	15/12/2008 à 14h28
Du serious game pour améliorer la conduite des jeunes	
Industrie	15/12/2008 à 12h18
High-Tech : la prise en compte de l'expérience utilisateur progresse	
E-marketing	15/12/2008 à 10h42
Délaisser les réseaux sociaux n'est pas une bonne stratégie	
Informatique	12/12/2008 à 16h02
La publicité ciblée s'invite sur les vidéos piratées	
Usages	12/12/2008 à 15h10
Quand l'aumônier des prisons prêche en ligne	
Informatique	12/12/2008 à 14h33
"Ce qui compte, ce n'est pas d'être unique, c'est d'être en avance"	

[> Suite de l'actualité](#)

CHRONIQUES



Les avatars = liant social entre web et web3D

Qu'un joueur passe des centaines d'heures sur World of Warcraft ou qu'un utilisateur discute sur Twitter ou des forums, il est toujours accompagné d'une présence virtuelle et visuelle : l'image de soi qu'il véhicule.



Obama ou le simulacre de la démocratie participative sur le web

Bloggers, politologues et professionnels du marketing : tout le




Les émissions

Les animateurs

Les liens de l'émission

☐ La lettre quotidienne

[Voir un exemple](#)
☐ Le programme mensuel des événements

[Voir un exemple](#)

email

OK

[► ATELIERS](#)
[Le 17/12/2008 à 09h00](#)
[Microsoft](#)
[Microsoft](#)
[Faciliter la prise de décision de la direction générale aux directions fonctionnelles](#)

 Les **PARENTHESES**
de L'Atelier >>

 Retrouvez L'Atelier
sur **FACEBOOK** >>

 Visitez l'univers **Netvibes**
GINGER de L'Atelier >>

 Suivez L'Atelier
sur **TWITTER** >>

[de la page Espace](#)
[tion de la Biblio](#)

monde s'accorde à dire qu'Obama a mené une campagne victorieuse sur les plans de la politique et du marketing digital. Mais cela reste du marketing.



La finance souffre-t-elle comme la musique de la dématérialisation ?

La numérisation des oeuvres a bouleversé l'industrie du disque. N'a t-elle pas été le prélude de ce que l'on constate aujourd'hui avec la crise financière ?

DOSSIERS



Spéciale Adobe Max : quand métiers, technologies et outils évoluent

L'Adobe Max, qui se déroulait à Milan, a fait la part belle au cloud et au social computing. Le hardware n'a pas non plus été laissé de côté. Au final : des nouveautés, dont certaines audacieuses. Panorama.



Au fil des articles de L'Atelier : octobre 2008

De la centaine d'actualités dénichées par la rédaction, deux points émergent : l'impact des technologies issues du monde ludique sur la formation et la création d'un double de notre univers.



L'Atelier veille pour vous

[RSS](#) [Podcast](#)

Recherche Powered by Google

EDITO

Bienvenue au MétAtelier !

Plusieurs tendances s'affrontent dans le monde informationnel. La rapidité, l'exclusivité, l'exhaustivité et la sélectivité. L'Atelier a choisi : ce sera la sélectivité.

► **Actualité**

► **Dossiers**

► **Chroniques**

► **En bref**

Décryptage international



> asie.atelier.fr



> atelier-us.com

- Half of all north american developers to be using virtualization within 12 months (Evansdata). [about 7 hours ago](#)
- Resilient mobile adult content market to reach \$5bn by 2013, driven by video chat services (Juniper Research). [about 7 hours ago](#)
- Les outils de communication les plus utilisés par les PME : internet (69%), événementiel (68%) et relations presse (60%) (IP&C/ACFCI) [1 day ago](#)

TOP 5

- > Locon sécurise les pistes des aéroports
- > La publicité ciblée s'invite sur

E-marketing

Les bannières doivent se faire oublier pour s'imposer

L'influence d'une campagne publicitaire est d'autant plus grande si elle s'expose de façon répétée au consommateur, sans que celui-ci la remarque consciemment. L'inconscient se charge d'influer sur l'acte d'achat.

Publié le 16 Décembre 2008



Exposer le consommateur de manière répétitive à une marque ou un produit l'enjoint à consommer ce même produit. Mais cela fonctionne uniquement si la réclame n'est pas affichée de manière intrusive. Le but est que le client potentiel n'ait même pas l'impression de l'avoir aperçue. La conclusion est tirée par le Rensselaer Polytechnic Institute, qui s'est interrogé sur les moyens d'exploiter certains mécanismes humains pour optimiser le classement des marques. "Ce

propos va dans le sens de ce qui se fait aujourd'hui en marketing web", commente pour L'Atelier Sébastien Lelieur, directeur de projet pour l'agence de marketing web Clark. "Nous essayons de trouver des moyens de communiquer des publicités différents des formats standards qui font présence mais qui ne nuisent pas à la navigation. Par exemple, cela se traduit par le placement de nos rubriques par une marque via un logo placé dans un coin d'une vidéo ou d'une page.

Du marketing qui monte directement à la tête

"Pour l'internaute, cette présence s'assimile au site. Elle n'est plus intrusive, parfois pas même remarquée". Mais son effet, lui, ne peut être nié. Selon le Rensselaer, le cerveau enregistre les informations, perçues même de manière inconsciente, sans réaliser de jugement de valeur. Quand l'utilisateur tombe consciemment sur le produit, le cerveau envoie alors des stimuli indiquant qu'il reconnaît l'objet. Ce qui peut, précise Mark Changizi, qui a dirigé l'étude, susciter un bref et fort engouement pour le produit ou la marque. Reste que certaines règles doivent être respectées si le marketeur veut obtenir un réel retour sur investissement. "La publicité doit être en adéquation avec le contenu de la page", poursuit Sébastien Lelieur. Si ces deux critères sont respectés, l'internaute assimilera les deux contenus et sera plus facilement influencé par la marque.

Un support qui ne se décline pas pour tous les messages publicitaires

Autre chose : la publicité omniprésente et discrète ne correspond pas à tous les messages publicitaires. "Cette insertion est plus adaptée à la

RADIO

BFM

Les émissions

Les animateurs

Les liens de l'émission

- La lettre quotidienne
Voir un exemple
- Le programme mensuel des événements
Voir un exemple

email

OK

ATELIERS

Le 17/12/2008 à 09h00

Microsoft

Microsoft

Faciliter la prise de décision de la direction générale aux directions fonctionnelles

VOIR AUSSI ...

ATELIERS

> Microsoft
Le 17/12/2008

ETUDES

- > Marketing : les nouveaux impacts liés à Internet et aux téléphones mobiles
- > Marketing en ligne : bienvenue dans l'ère de la maturité ?
- > Au nouveau « Bonheur des Dames »
- > Private Banking :
- > Le vote par Internet : vers une démocratie
- > Les enjeux de simulation boursière sur Internet
- > L'assurance sur Internet aux USA
- > Le recrutement sur Internet aux

les vidéos piratées

> Délaisser les réseaux sociaux n'est pas une bonne stratégie

> High-Tech : la prise en compte de l'expérience utilisateur progresse

> "Le toucher, c'est le sens qui n'a pas d'ambiguïté"



mise en valeur d'une marque que d'un produit", ajoute le consultant de Clark. "Si vous voulez vendre un produit, tout dépend de la notoriété de celui-ci, et du type de consommation attendu". Un objet peu réputé ne gagnera pas forcément à se trouver placé dans une vidéo - intégré au contenu via le placement de produits ou à la marge. Si la campagne de promotion est courte, là encore, le consultant conseille une communication visuelle et visible. Enfin, l'étude rappelle que ce type de marketing ne doit pas s'imposer de manière trop permanente. La surexposition d'un objet ou d'une marque, même de manière discrète, envoie au cerveau un message de surabondance. Et tend à détourner le consommateur du produit.

À lire aussi sur le site de L'Atelier :

- [Quand le marketing du bouche-à-oreille s'installe sur les réseaux sociaux](#) (04/12/2008)
- [Le marketing relationnel se lasse de la personnalisation](#) (02/07/2008)
- [Les jeunes échangent pub contre service mobile gratuit](#) (03/06/2008)
- [Le marketing fait son chemin sur mobile](#) (16/01/2008)
- [L'Extrême-Orient dynamise le secteur de la publicité sur mobile](#) (18/12/2007)
- [Publicité contextuelle sur mobile pour les PME chinoises](#) (14/12/2007)

À consulter également dans notre espace "Chroniques" :

- [Les stratégies d'entreprise s'inspirent du football](#) (23/05/2008)
- [Les technologies de l'information abusent de la rupture](#) (09/01/2008)

Mathilde Cristiani, L'Atelier BNP Paribas

© 2008, L'Atelier BNP PARIBAS

USA

ARTICLES

> Les bannières doivent se faire oublier pour s'imposer

Les **PARENTHESES**

de L'Atelier >>

Retrouvez L'Atelier

sur **FACEBOOK** >>

Visitez l'univers **Netvibes**

GINGER de L'Atelier >>

Suivez L'Atelier

sur **TWITTER** >>

Aucun commentaire posté

Nom (obligatoire)

E-mail (obligatoire) (non visible)

Site web

http://

Votre commentaire



Recharger l'image

Entrez les lettres affichées sur l'image

Validez