

## **Enfin le blog comme support de communication en Tunisie!**

**Enfin! Une entreprise tunisienne prend l'initiative et considère le blog comme un moyen de communication... Vous avez compris qu'il s'agit de l'ATB qui met en ligne son blog**

<http://www.clubjeunesatb.com/> . Une idée qui n'est pas tout à fait nouvelle vu que plusieurs entreprises à l'échelle internationale ont déjà employé le blog comme support de communication, des artistes tunisiens ont également opté pour la mise en ligne de blogs...etc. Sauf que là je pense que c'est assez différent... En visitant le blog de l'ATB, un article publié indique clairement qu'il s'agit d'un blog destiné principalement aux jeunes détenteurs d'une carte ATB C'jeune. La cible semble être en parfaite cohérence avec le support en question à savoir le blog. D'un autre côté, il y a une bonne incitation à l'adhésion à la communauté des jeunes détenteurs de la carte en ligne ; il s'agit de remises allant de 5 à 50% sur des magasins qui semblent être les plus fréquentés par les jeunes (restaurants, cafés...). Ceci me rappelle la stratégie de niche au niveau des communautés virtuelles employée par plusieurs entreprises internationales notamment Nesspresso : L'ATB tente à unir les jeunes autour d'un même objet de consommation à savoir la carte ATB C'jeunes afin qu'ils partagent leurs expériences de consommation, discuter des nouveautés et surtout exprimer librement et avoir un plus haut niveau de spontanéité dans l'expression de leurs idées... L'ATB de son côté aurait l'opportunité de « surveiller » en quelque sorte les réactions des jeunes, comprendre leurs attentes et désirs, répondre encore plus à leurs besoins, s'approcher au mieux de sa cible, assurer ainsi un plus haut niveau de personnalisation tout en inculquant une culture de carte bancaire. Par ailleurs, sur le blog, tout semble révélateur de l'intention de l'ATB : Attirer les jeunes et les rassembler autour de la carte bancaire en question : le langage SMS employé, les couleurs, les images, les services proposés... Tout est en parfaite cohérence... Une bonne initiative de la part de l'ATB et je pense que sa réussite inciterait encore plus les entreprises à consacrer un peu plus d'efforts pour s'approcher de leur cible et assurer une meilleure écoute et assimilation de leurs besoins.

Publié par Amira TRABELSI le mardi 18 mars 2008 [marketeuZ.com]