

Une des formes les plus originales du marketing : Le Guerilla Marketing

Partant de leur extrême volonté d'être distinguées et appréciées par leurs cibles, certaines entreprises tentent de nouvelles formes de communication qui s'avèrent d'une originalité remarquable. Parmi ces formes j'ai voulu vous parler du guerilla marketing. Selon wikipedia, le guerilla marketing s'appuie essentiellement sur le street marketing et le marketing viral. Pour qu'il fonctionne, il faut qu'il soit suffisamment innovant, créatif et original pour que la cible adhère à la campagne. Donc pour comprendre le guerilla marketing il va falloir expliquer le street marketing et le marketing viral ou encore le buzz marketing : La définition la plus simple du street marketing est qu'il s'agit de l'ensemble des actions originales se déroulant dans la rue ! Le buzz marketing quant à lui se définit comme étant une action menée sur internet par une entreprise par l'intermédiaire d'emails spams... et se base surtout sur le principe de bouche à oreille. Voici quelques exemples de Guerilla marketing :

A master Madrid, à chaque fois que l'arbitre demandait le silence, le logo Schwepps apparaissait sur l'écran central *Pour sa nouvelle imprimante, Hp habille les escalators dans les centres commerciaux*

Bon les exemples sont multiples mais revenons à la Tunisie ! Je pense que nous sommes encore assez loin de tout ça ! Déjà les entreprises tunisiennes commencent à peine à se familiariser avec les moyens de communication les plus classiques.

HENKEL par exemple a fait en Tunisie un peu de street marketing mais c'était plutôt de l'animation dans les rues... Personnellement, je pense qu'il faut toujours raisonner par rapport à notre culture bien avant d'entamer des actions pareilles. Il est vrai que l'originalité est souvent appréciée mais il faut réfléchir par rapport aux perceptions du tunisien, se baser sur ses archétypes et surtout éviter d'emprunter aveuglément les mêmes actions faites par les entreprises étrangères. Il faut que les supports de communication soient plus proches de notre quotidien et compatibles avec notre culture sinon toute l'action risque d'avoir un effet totalement inverse sur l'image de marque de l'entreprise.

Publié par Amira TRABELSI le samedi 02 février 2008 [marketeuZ.com]