

Le buzz marketing

Le buzz marketing est une technique de relations publiques permettant de promouvoir un produit, une marque ou une société. Le buzz, bourdonnement en français permet d'activer une communication selon une technique de bouche à oreille. Les supports se sont développés grâce à internet tels que les blogs, les forums, les sites de réseaux « facebook » etc..., les mails, les moteurs de recherche, les sites avec support vidéo « youtube » etc...

Le marketing viral intègre le buzz marketing. Le marketing viral utilise le buzz marketing afin de doper la communication de l'entreprise.

Le buzz marketing s'est beaucoup développé ses dernières années.

36% des européens ont l'internet haut débit.

Le nombre d'internautes dans le monde a dépassé le milliard.

- L'Asie de l'est concentre le plus d'internautes.
- Puis l'Europe,
- L'Amérique du nord puis du sud
- Le Moyen-Orient
- L'Afrique

Après la Chine (180 millions d'internautes), les États- Unis prennent la deuxième position.

Puis le Japon, l'Allemagne, la Grande Bretagne, la France, l'Inde, la Russie, le Brésil, la Corée du sud, le Canada, l'Italie.

Le street marketing

Le street marketing est une technique dite de « rue ». C'est un outil de communication qu'utilisent de nombreuses sociétés dans le cadre d'un marketing alternatif.

Le street marketing existait déjà depuis plusieurs années, sous une forme de communication de rue.

Exemple :

- le cirque utilisait déjà ce type de communication. Publicité sur les véhicules, messages par haut-parleurs, la rue devient donc un lieu de communication.
- Coca-cola utilise également le street marketing. La société utilise le métro, les gares et les grands axes piétons.

Des véhicules sont utilisés tels que le scooter, le vélo (surtout dans les grandes villes), les voitures, les autobus, les tramways...

Les abris bus sont également utilisés comme supports publicitaires ainsi que les escalators dans les métros, les gares, les passages piétons...