

# SETH GODIN'S

## Ce Que Tout Bon Spécialiste Du Marketing Doit Savoir

Une publicité pertinente, personnalisée et attendue sera toujours supérieure à une sollicitation interruptive. **Faire une promesse et la tenir est le chemin qui permet de construire une marque.** Vos meilleurs clients valent bien plus la peine que vos clients moyens. **Partager un marché est plus simple, plus profitable et plus efficace que de partager un budget.** Le marketing commence avant la création du produit. **La publicité est juste la partie tactique, le marketing représente bien plus.** Le bas prix est un bon moyen pour vendre un produit, ce n'est pas du marketing même si c'est efficace. **Votre marché « parle », que vous le souhaitiez ou non, un bon marketing encourage les bonnes conversations.** On ne parle que des produits remarquables. **La façon dont vous répondez au téléphone, la présentation de vos factures ou de vos conditions générales sont du marketing.** Vous ne pouvez pas duper vos clients et espérer durer, les personnes dupées racontent leur expérience. **Dans un prévisionnel annuel, ne considérez pas le marketing comme une dépense, pensez le comme un investissement.** Les consommateurs n'achètent pas ce dont ils ont besoin mais ce dont ils ont envie. **Vous n'êtes pas responsable et vos prospects ne s'inquiètent pas de vous.** Les consommateurs recherchent l'extraordinaire, le « bonus émotionnel », ils l'obtiennent lorsqu'ils achètent un produit désiré. **Le marketing B2B est un marketing B2C avec un process de paiement professionnel.** Les méthodes traditionnelles de sollicitation des consommateurs (pubs TV, vitrines, mailing) perdent leur rentabilité. Parallèlement, les nouvelles idées (blogs, RSS, communautés) prouvent rapidement leur efficacité. **Les peuples du monde entier et de tous revenus répondent au marketing qui leur apporte ce qu'ils attendent.** Le bon marketing raconte une histoire. **Les consommateurs sont égoïstes, paresseux, sous-informés et impatient.** Intégrez cela et vous serez surpris de vos idées. Le marketing efficace est celui que les consommateurs remarquent. **Les discours efficaces élargissent les horizons de vos cibles.** Choisissez vos clients et éliminez ceux qui ne sont pas réceptifs à vos messages. **Un produit pour tous ne touche souvent personne.** Vivre une histoire vous donne matière à raconter. **Les marketers sont responsables des effets collatéraux à leur messages.** Rappeler une histoire à un client est un accélérateur de confiance. **Le bon marketing est mesuré.** Le marketing n'est pas une urgence, il se planifie. **Un client déçu vaut dix clients enchantés.**