

Pensez "achat média" comme partie intégrante dans la conception de votre stratégie #digitale

 Adrien Rosier

#87



"Faire du marketing sans data, c'est comme conduire les yeux fermés."  
Dan Zarrella (HubSpot)

 Matthieu Etienne

#57

"Comment les grands leaders inspirent l'action", un TED talk à voir absolument.  
<http://goo.gl/neJ6EG>

 Agence Ondine

#36



L'image d'une marque, c'est ce qui crée l'affinité et la désirabilité

 Aurore Pullini

#79

Contenu + Canal + Connected :  
3 approches RP à ne pas occulter

 Alexandre Costes

#71

Toujours envoyer un petit reminder à J-1 d'un event (et garder le sourire le jour J !)

 Alice Barbry

#77

Et si on apprenait aussi simplement à dire MERCI à nos utilisateurs & clients ?

 Audrey Gosseaume

#90

L'image d'une marque, c'est ce qui crée l'affinité et la désirabilité

 Aurore Pullini

#79

RIP Top Down, Hackez vos #RP - Ecouter, Interagir, Engager: Content is king, le cross canal aussi

 Anthony Courtat

#3

1ère impression très importante sur mobile => Soignez les 1ers contacts : store, onboarding, homepage...

 Alex Jubien



#6

Pensez à tracker correctement vos campagnes AVANT leur lancement #attribution

 Antoine Gay

#12

## 100MARKETING.TIPS

Des conseils d'experts pour réussir vos campagnes marketing

Made with ♥ by  kontest

Applications de jeux-concours clé en main

En 2015, les marques devront faire des sacrifices. Quel sera le vôtre?  
<http://t.co/UNsz4ooAOW>

 Benoît Quimper

#88

Etre #digital n'est pas une option. Si votre #Marketing ne l'est pas, vos clients, eux, le sont !

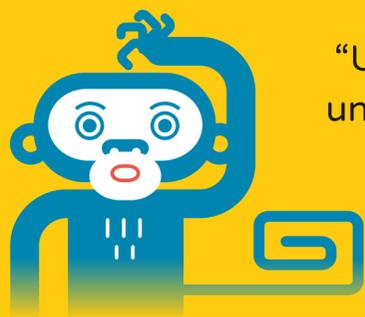
 Christophe Marée

#10

Le marketing de demain ? #streetmarketing™. La création du media et non plus l'invention de message

 Dr Marcel Saucet

#45



"Un lion qui copie un lion devient un singe" Victor Hugo... vaut aussi pour les Cannes Lions

 Joe la Pompe

#30

L'important, c'est de rester concis !

 Suzie Veilleux

#97

Un fil Twitter équilibré : 80% d'informations sur votre secteur d'activité et 20% de publicité

 Eléonore Hebrard

#1

Inutile de forcer la porte des marques ! Faites-vous connaître et elles viendront d'elles-mêmes...

 Foulques Jubert

#73



Le tout est de trouver le juste milieu entre professionnel et informel

 Aurélie Bouti-Grillot

#55

Ecouter, impliquer et échanger avec ses prospects/clients : le partage décuple l'expérience !

 Franck Caudrelier

#40

"No matter what you do, your job is to tell your story."  
@garyvee

 Yann Tolila

#67

Google est un levier pas une baguette magique...

 Nicolas Mougnot

#80

Oubliez les cibles, définissez des personas

 Yannick Bouvard

#51