

Arrêtez d'écouter tout le monde !

C'est le conseil d'Antoine Pabst, président de Nurun...

« Par les temps qui courent, mon conseil pour innover juste et efficace : arrêtez d'écouter tout le monde, tous les donneurs de leçons et diseurs de bonnes perspectives.

N'écoutez que vos clients ...et pour être plus précis, faites plus que de les écouter, ré intéressez vous à leurs vrais besoins, remettez les non pas au centre de vos réflexions, mais dans vos réflexions.

Vous me direz que c'est fait depuis longtemps et cela s'appelait être « consumer centric ». Et bien non, non , approfondissez...vos clients ont changés, la technologie aussi, les capacités d'innovations encore plus ! Donc, observez, anticipez et proposez, bref laissez les vous convaincre.

Car c'est le premier héritage du formidable succès des pure Player depuis l'avènement de cette décennie digitale, ils appellent cela être customer LED et quand vous regardez le succès de toutes ces « petites » marques qui se sont construites en 10 ans sur des modèles totalement neufs, il doit bien avoir dans leurs expériences deux trois choses à prendre...

Google, Apple, ont su se concentrer sur les valeurs d'usages que le digital peut amener au produit ou service plutôt qu'à sa communication.

Réinventez des fonctionnalités, des expériences utiles pour votre entreprise ou vos produits.

Un pari gagnant pour les marques qui ont remis du marketing au centre de leur réflexion.

Dans ce nouveau monde que serait Nike sans Nike +, Amazone sans Kindle. leur point commun : la simplicité. Donner au client le choix de designer lui-même sa chaussure, c'était révolutionnaire mais tellement évident.

Les prochaines années vont nous surprendre, la nouvelle ère de la technologie apprivoisée pour notre propre usage nous ouvrent désormais un champ infini des possibles pour nous tous, citoyens, administrés, clients ».

Antoine Pabst

Président de Nurun