



11ème Journée de Recherche en Marketing Horloger, 30 novembre 2016, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel

20ème Journée Internationale en Marketing Horloger, 1er décembre 2016, La Chaux de Fonds

La journée Internationale en Marketing Horloger, qui réunit les professionnels du secteur, a fêté cette année ses 20 ans. Et depuis maintenant 11 ans, ce grand moment du monde de l'horlogerie suisse s'est vu complété par la Journée de Recherche en Marketing Horloger. en partenariat avec l'association française du marketing.

L'horloge a-t-elle un futur ?

Cette année, ce sont les visions du futur qui ont été mises en avant. Consommateurs de demain, réseaux sociaux, e-commerce, innovation... telles étaient les réflexions sur lesquelles les chercheurs et professionnels devaient se pencher pour imaginer l'horlogerie de demain.

La 11ème journée de recherche en marketing horloger fut riche et a abordé de nombreux sujets dont le point commun était d'imaginer ce que serait l'horlogerie de demain.

De la connaissance des jeunes consommateurs de montres (Stephan Post) aux stratégies de distribution en ligne avec une mise en scène de la livraison (Nathalie Veg-Sala) et de communication avec le rôle des influenceurs sur les réseaux sociaux (Wendy Bendoni et Fabio Duma), en passant par les nouveaux processus de création avec le crowdfunding (Elisabeth Robinot, Léo Trespeuch et Pierre Valette-Florence), de légitimation des marques (Maria Bashutkina) et de mode de consommation (David Fréléchox), les recherches présentées ont permis de dégager un grand nombre de pistes de réflexion pour les professionnels présents dans l'auditoire.

Prix de la meilleure communication



A cette occasion, le prix de la meilleure communication scientifique a été remis à Wendy Bendoni (Woodbury University, Californie) et Fabio Duma (Zurich University, Suisse) pour leur travail sur les réseaux sociaux et permettant d'identifier les influenceurs du secteur de l'horlogerie. Leur recherche s'intitule : Digital personas in luxury market segment : Creating a better luxury experience. Longines a félicité les vainqueurs en leur offrant une de leurs montres emblématiques. Une bonne stratégie pour faire des lauréats des influenceurs sur les réseaux sociaux dédiés à l'horlogerie !

Contact presse afm : Delphine Fauconnier Tél. 06 98 06 15 13

contact@afm-marketing.org

Afm – association française du marketing - c/o ESCP Europe
79 avenue de la République – 75543 Paris Cedex 11 - www.afm-marketing.org

