

ORGANISATION

Des départements marketing

à revoir. L'organisation des départements marketing est aujourd'hui largement perfectible. Trois quarts d'entre eux ont déjà été réorganisés ces deux dernières années. Mais près de 80 % des responsables marketing ne sont pas influents lors d'interactions majeures avec les clients, par exemple au niveau du service client, selon Forrester Research. Pour redevenir efficaces, les responsables marketing semblent devoir passer à une organisation orientée vers le client, ce qui nécessite notamment de revoir la comptabilité et les indicateurs, de s'éloigner de la culture de communication marketing et d'investir dans une infrastructure de gestion de la relation client.