

iPhone Conférence

Un train à ne pas rater

L'IPHONE N'EST PAS QUE LE DERNIER JOUET À LA MODE. C'EST UN SUPPORT PUBLICITAIRE QUI VA RÉVOLUTIONNER LA MANIÈRE DE CONCEVOIR LES MESSAGES PUBLICITAIRES. LE 31 OCTOBRE, NETINFLUENCE ORGANISE UNE CONFÉRENCE À DESTINATION DES ENTREPRISES.



– **Adrian Kosmaczewski, vous êtes cofondateur de Netinfluence, CTO iPhone, vous vous définissez comme un «technologiste», comment en êtes-vous venu à vous intéresser à l'iPhone?**

– Parce que cet objet, qui est bien plus qu'un téléphone, marque une nouvelle

étape de l'histoire technologique, à l'instar des premiers Mac, des écrans couleurs et des téléphones mobiles.

– **L'iPhone est pourtant avant tout un mobile?**

– C'est beaucoup plus que cela. Certes, on peut téléphoner, mais cet appareil a d'autres fonctionnalités qui permettent d'informer, de surprendre, de divertir et de fournir, notamment par le biais d'application, toutes sortes de services.

– **Pour vous, la clé de l'iPhone tient en trois lettres: Geo & Ego Marketing®. Une explication?**

– L'avantage de l'iPhone est qu'il permet la géolocalisation. Lorsque vous surfez sur un ordinateur portable, il ne reconnaît pas d'où vous le faites. Ce détail est crucial lorsque vous concevez une campagne de publicité. Imaginez une pub pour une chaîne d'hôtel. Sur l'iPhone, le banner changera en fonction de votre lieu de

connexion. Quant à l'ego, il suffit de regarder les jeunes adultes qui en ont fait leur objet culte, car ces «digital natives» étaient à la recherche d'un support pouvant contenir leurs musiques, leurs images, leurs contacts et Internet.

– **Cet effet de mode risque de le résumer en un objet de loisir. Or, votre conférence vise le monde professionnel. L'iPhone détrônera-t-il le Blackberry?**

– Oui, car il est véritablement le quatrième écran qui englobe les trois précédents (cinéma, télévision, Internet). Et grâce à ses applications, les entreprises, les marques entrent directement dans la poche des consommateurs.

– **C'est d'ailleurs le titre de votre conférence.**

– Nous avons divisé la conférence en quatre parties: la partie technique, le marketing, les stratégies de communication et la sécurité.

– **Un marché s'ouvre. Combien coûte une application?**

– De manière globale, je dirai qu'une application peut coûter de 30 000 à bien plus de 100 000 francs, tout dépend si l'application comprendra de la publicité ou non. Le marché est très prometteur et la question n'est plus combien, mais dans quel délai. L'engouement touche bien tous les secteurs, lorsque l'on pense que Chanel a été l'une des premières marques à avoir son application...

V. M.

» www.iphone-conference.ch
» www.netinfluence.ch

iPhone Conference
"How to get your company
in people's pockets"

le 31 octobre de 8 h à 17 h
au Centre de conférences de
Varembe à Genève.