

MOBILITE

Il s'agit d'accompagner la mobilité du consommateur, en lui permettant d'interagir plus librement avec son environnement. On peut remarquer :

- ◆ **L'essor des services en mobilité** : comme par exemple, l'informatique automobile en aide à la conduite [systèmes GPS...], ou la mise en place d'une offre à partager, comme les taxis collectifs, la location de voiture à l'heure, le covoiturage... Le comportement du consommateur évolue : *« J'achète ou je loue non plus un produit mais un service, qui s'adapte en fonction de mes besoins. Et je suis prêt à payer plus cher en échange de cette modularité ».*
- ◆ **La recherche d'interactions entre le consommateur et son environnement proche [smart tags, QRcode, bluetooth...]** : les particuliers recherchent principalement des informations pratiques, comme par exemple où se trouvent le bureau de poste ou la maison de la presse la plus proche, quelles sont les prochaines séances au cinéma... Les entreprises, elles, peuvent aussi se mettre en réseau et proposer leur offre directement au client sans que celui-ci se trouve physiquement dans leur enceinte. De nouvelles entreprises vont devoir concevoir des programmes pour mettre en relation des producteurs de contenus et les entreprises souhaitant développer ce genre de communication ou de publicité.
- ◆ **La multiplication des accès [à domicile, au bureau, en mobilité...] par l'explosion des blogs** : les individus mettent en ligne une présentation personnalisée de leurs goûts, de leurs centres d'intérêt et de leurs passions. Les entreprises peuvent mettre en valeur leurs métiers, savoir-faire, art, compétences... Grâce au *moblogging*, ils peuvent actualiser leurs blogs en temps réel depuis leur téléphone mobile [par exemple, le suivi de l'avancement de leurs chantiers par les artisans]. Encore faut-il trouver les outils de gestion de l'information, de tri, de diffusion de ces contenus.