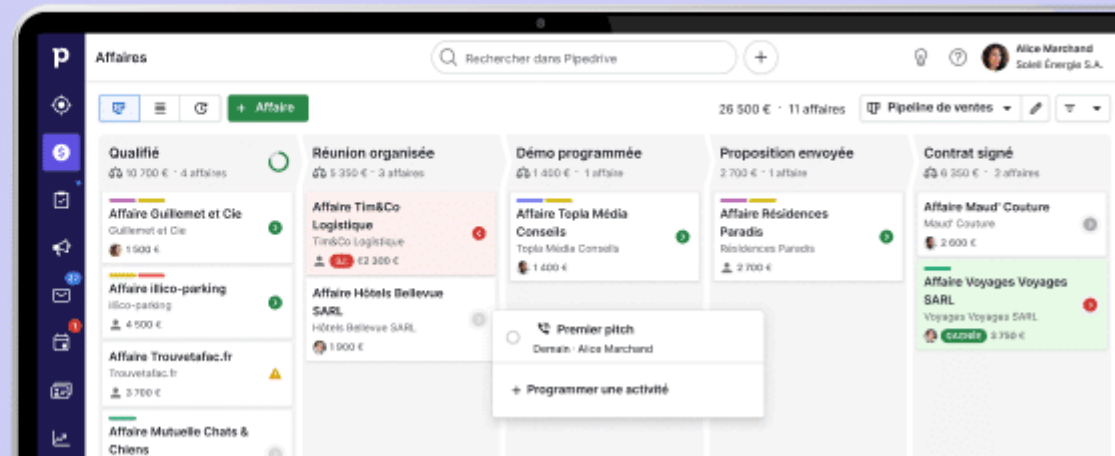


pipedrive

**Le CRM simple
et ultra-efficace**

S'inscrire



Marketing

Quelles tendances pour le marketing digital en 2025 ?

Exploiter l'IA pour atteindre une productivité maximale. Garder une dimension humaine en développant des partenariats surprenants et des événements physiques mémorables. Prendre en compte le phénomène de détoxification digitale. Voilà les principales conclusions du rapport annuel de Brandwatch qui est à consulter au plus vite pour anticiper les tendances du marketing digital en 2025. Siècle Digital vous livre les points clés de l'étude.





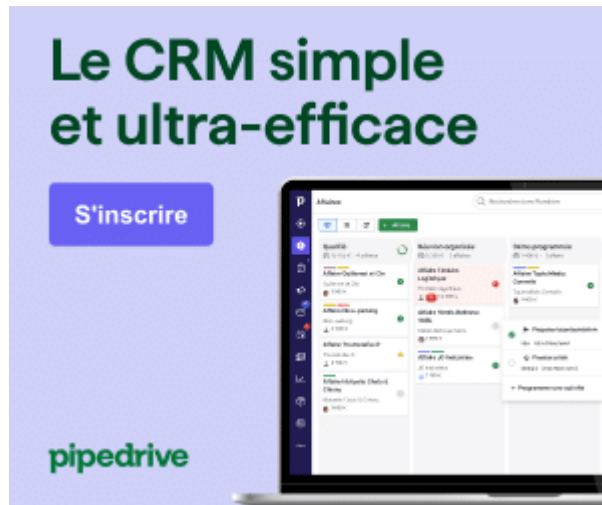
Par [Julia Guinamard](#) - [@GuinamardJM](#)

Publié le 9 janvier 2025 à 09h01

Article partenaire

A l'heure où de grands influenceurs comme Léna Situation et Inoxtag encouragent la désintoxication numérique, le marketing digital fait face à de nouveaux défis. S'il faut toujours mieux exploiter l'intelligence artificielle pour atteindre une productivité maximale, il est également central de garder et de développer la dimension humaine. Et, cela autant pour cibler chacune des audiences à travers le monde que pour les fidéliser, notamment en maintenant la cohérence d'un récit de marque.





Pour se retrouver dans les dernières tendances du marketing digital en 2025, le rapport annuel de Brandwatch, le **Digital Marketing Trends**, apporte des clés aux spécialistes du secteur grâce à une étude à la fois qualitative et quantitative. Dedans, s'y trouvent les points incontournables pour réussir ses campagnes avec quelques conseils. De quoi donner des idées pour vos nouveaux projets de l'année.

Inscrivez-vous à la newsletter

Votre adresse email

S'INSCRIRE

En vous inscrivant vous acceptez notre [politique de protection des données personnelles](#).

TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE « LES TENDANCES DU MARKETING DIGITAL 2025 »



Multiplier les collaborations surprenantes pour faire parler en ligne

Selon le Digital Marketing Trends, 36 % des spécialistes du marketing estiment que les collaborations entre entreprises inattendues, comme celle entre la marque de soins Cerave et l'acteur Michael Cera, constitueront une tendance très influente en 2025. Pour cause, la campagne de Cerave, qui jouait avec humour sur les mots, a été visionnée plus de 850 000 fois et la chaîne a été inondée de commentaires. Ainsi, une impression favorable quant à l'image de marque a été donnée.

Cela souligne une analyse du Brandwatch Customer Research qui indique que près de 75 % des 9 millions de mentions associées aux réactions des consommateurs sur les collaborations entre marques font état d'un sentiment positif. Toutefois, au-delà des partenariats entre les entreprises, il ne faut pas hésiter à miser sur des influenceurs et des personnalités partageant un public cible similaire.

A cela s'ajoute la création de produits en édition limitée, une action qui permet d'exploiter le « Fear of missing out » (FOMO). En français, cela signifie la peur de manquer de quelque chose. Une manière d'attirer les consommateurs dont il ne faut pas oublier d'actionner le levier. En effet, lancer des articles en édition limitée, donc exploiter le FOMO, rend les potentiels clients encore plus vigilants et impatients quant à la découverte des nouveautés de la marque.



C'est ce qu'ont fait e.l.f et Liquid Death en 2024 : l'alliance du maquillage et de l'eau pétillante en créant une boîte de maquillage en édition limitée en forme de cercueil qui permettait aux acheteurs de créer des looks de style KISS. Le partenariat a été un énorme succès : toutes les boîtes ont été vendues en seulement 45 minutes.



TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE « LES TENDANCES DU MARKETING DIGITAL 2025 »

Faire preuve de créativité audacieuse lors d'événements physiques



Afin de renforcer le sentiment de rareté, et donc le FOMO, mais aussi pour encourager la publication de contenus générés par les utilisateurs, l'organisation d'événements esthétiques et sortant du commun s'impose comme l'une des tendances phares de l'année à venir. Plus de 60 % des spécialistes du marketing interrogés s'accordent à le dire.

« Nous observons de plus en plus d'entreprises et de consommateurs intéressés par la création d'expériences interactives personnalisées et exclusives, qui appartiennent à la marque elle-même plutôt qu'aux grandes plateformes traditionnelles », indique l'un des experts interrogés par Brandwatch.

C'est d'ailleurs ce qu'a fait la marque de valise et sacs **Béis** en proposant un service de "station de lavage" pour sac pendant un week-end. Comme s'ils nettoyaient leur véhicule, les participants ont mis leur article **Béis** dans une machine à rouleaux. Une fois leur sac lavé, les consommateurs repartaient avec un manuel d'entretien et, idéalement, avec quelques produits achetés. En boutique et sur les réseaux sociaux, le succès a été au rendez-vous.





Alors que 67 % des 5,24 millions de mentions liées à des contenus et événements localisés sont perçues positivement, il ne faut surtout pas hésiter à lancer un projet de ce type.

Les communautés pour de nouvelles formes d'opportunités marketing

Au-delà de faire le buzz, le contenu généré par les internautes inspire davantage de crédibilité. La confiance accordée par les consommateurs à votre image de marque en sera renforcée. Afin de servir ce but, les communautés représentent une grande opportunité. Red Bull, qui s'est imposé dans le monde des sports extrêmes, en est un exemple. Un autre est l'ouverture d'un café de l'application de



rencontre Bumble à Paris. Conclusion : rassembler les potentiels clients et utilisateurs facilite leur acquisition et leur fidélisation.

Nul besoin de rougir si ces moyens paraissent disproportionnés à la taille de votre structure. Vous pouvez aussi vous appuyer sur des groupes de communauté existants, comme un café à la mode. L'essentiel est de trouver ce qui parle à vos abonnés en dehors de votre marque et de faire en sorte de proposer une expérience qui en vaille la peine.

Désintoxication digitale

Proposer la collaboration ou l'événement physique qui feront le tour de la toile, arriver à exploiter les opportunités liées à votre communauté, ne sont que quelques points d'une stratégie marketing réussie. Il est également primordial de comprendre de nombreux autres axes, notamment l'émergence d'une approche plus modérée des réseaux sociaux. Désintoxication digitale ou déconnexion complète, de nouvelles habitudes se développent et demandent de multiplier les interactions dans la vie réelle.

Cette tendance est également marquée par l'émergence du « téléphone muet », ou « dumb phone », en opposition au smartphone. Entre le 1er octobre 2023 et le 30 septembre 2024, les discussions sur les « téléphones muets » ont augmenté de 43 %. Ces nouveaux défis s'ajoutent ainsi à ceux portant sur une optimisation de



l'utilisation IA, mais aussi sur ceux visant la disruption des techniques de Search qui amènent les consommateurs à explorer d'autres alternatives pour accéder à l'information qu'ils recherchent.

HDM et Barbie l'ont bien compris et se sont associés en sortant un téléphone à clapet rose rétro, dépourvu d'accès aux réseaux sociaux, pour aider les consommateurs à réduire leur temps d'écran.



TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE « LES TENDANCES DU MARKETING DIGITAL 2025 »



700 spécialistes et 500 millions de discussions analysées

Se saisir de ces enjeux est essentiel pour aborder vos projets 2025 sous le meilleur angle. Pour les découvrir en détail et les comprendre avec des exemples concrets, la lecture du Digital Marketing Trends de Brandwatch est à inscrire sur votre to-do list.

S'appuyant sur des données internes regroupant plus de 500 millions de discussions en ligne, des entretiens avec les experts de Brandwatch et un sondage auprès de plus de 700 spécialistes du marketing, nous vous promettons que cette ressource dégagera des insights exploitables pour éclairer votre prise de décision, toujours appuyés par des exemples. [N'hésitez donc pas à télécharger le livre blanc, d'autres sujets pertinents et intéressants sont à découvrir.](#)

Pour aller plus loin

[5 conseils facilement applicables pour un marketing digital durable : adopter l'emailing éco-responsable](#)



Pratique

[À propos](#)

[Votre publicité sur Siècle Digital](#)

[Contact](#)

[Mentions légales](#)

[Politique de cookies](#)

[Politique de protection des
données personnelles](#)

Ressources

[Webinars](#)

[Livres blancs](#)

[Podcasts](#)

[Newsletter](#)

Tous droits réservés - Siècle Digital 2013-2025

