

Communiqué de presse

## MON DIRECTEUR MARKETING SERA UN ALGORITHME L'intelligence artificielle remplacera-t-elle les Marketeurs ?

Un livre de Stéphane Amarsy



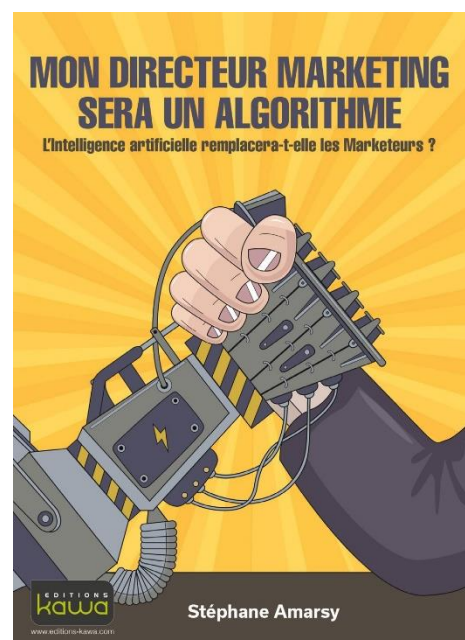
**Paris, le 6 avril 2017** - Progrès de la robotisation, Big Data, intelligence artificielle, digitalisation... Les technologies impactent/impacteront tous les secteurs d'activité. Un des enjeux clé est la question de la place de l'humain dans la société. Tous les métiers, même les plus qualifiés, sont concernés. Penser se soustraire à ces changements est le signal d'une future obsolescence.

Les métiers du marketing vont-ils finir par être réalisés par des algorithmes ? Quelle sera notre valeur ajoutée ? La science-fiction est là : Automation marketing, publicité programmatique, intelligence artificielle..., le marketing change d'ère.

Les marketeurs doivent revoir rapidement et profondément leurs rôles, missions et compétences dans un environnement en pleine mutation.

Il faut accepter cette nouvelle réalité, et commencer à créer ce que sera notre avenir avec ces nouveaux collègues que sont les algorithmes.

Ils sont/vont devenir indispensables, mais vont-ils prendre le dessus sur les humains ? C'est à nous qu'il appartient de définir dans quelle mesure les nouvelles technologies seront bénéfiques à tous et motrices pour nos économies.



### A propos de l'auteur :

**Stéphane Amarsy** co-fonde Inbox en 2001, société spécialisée dans le marketing relationnel, le Big Data et les algorithmes. Plus de 20 ans d'expérience dans plus de 30 pays et dans tous les secteurs d'activité, font de lui un expert du marketing relationnel et de la connaissance client. Auteur de plusieurs publications dans son domaine d'expertise, Stéphane anime de nombreuses conférences et enseigne le marketing et la data science.

### Le mot de l'éditeur :

Il faut sans doute être un peu fou pour être éditeur aujourd'hui. C'est d'ailleurs parfois ce qu'on nous a dit lorsque nous avons créé les Éditions Kawa en 2010, à l'heure du « tout Internet », du numérique et de la virtualisation. Mais c'est probablement cette folie qui nous a permis de garder intacte notre ambition de départ, celle de contribuer au partage des connaissances et des savoir-faire entre ceux qui les décrivent et ceux qui les découvrent.

Sans jamais nous départir de notre curiosité, sans jamais chercher à orienter les débats ni à surfer sur les polémiques.

Aujourd'hui, après plus de 150 titres publiés et quelques jolis best-sellers largement médiatisés, notre maison d'édition est devenue une référence dans les domaines du marketing, du digital et de la communication d'entreprise notamment. Peut-être parce que nous sommes fous, c'est vrai, mais aussi parce que nous sommes passionnés. Passionnés par ce monde qui bouge, par ces gens qui ont des choses à dire, par ces auteurs que nous ne nous contentons pas d'accompagner dans leur processus d'écriture mais avec qui nous entretenons dès le premier contact un dialogue étroit, respectueux et amical.

Notre succès, nous le devons sans doute également à notre vision de la « révolution digitale », et à notre conviction qu'elle mérite bien mieux qu'un traitement fugitif et superficiel ; mieux que cette course effrénée à l'information qui fait qu'on n'a plus le temps de se poser les bonnes questions, et encore moins d'écouter les bonnes réponses.

Plus précisément, en tant que professionnels du digital, il nous paraît essentiel de nous arrêter par moment sur tous ces sujets qui forment notre quotidien de citoyens, d'entrepreneurs, de consommateurs ou même simplement d'internautes.

Le temps d'un livre, justement, pour poser des idées, les développer, les mettre en perspective afin de nourrir nos propres réflexions et, qui sait, de faire évoluer notre point de vue. Le livre que vous tenez entre les mains reflète parfaitement cette volonté.

***Xavier Wagnier,***

***Directeur fondateur des Éditions Kawa***

### **Contacts presse :**

**LEWIS**

Eloi Asseline / Margot Henry

[pulse@teamlewis.com](mailto:pulse@teamlewis.com)

01 85 65 86 41