

RÈGLE NUMÉRO 3

Lorsque vous agissez dans le cadre d'une entreprise, vous devez toujours être capable d'évaluer la pertinence, l'efficacité, l'efficience et la rentabilité de vos actions.

Si nous considérons les règles comme étant généralement ce qu'il faut faire pour arriver à nos fins, nous acceptons également qu'il est nécessaire de mettre en place une démarche systématique d'évaluation afin de nous assurer d'obtenir une performance optimale en matière de communication marketing intégrée.

Évidemment, nous sommes conscients qu'en matière de communication marketing intégrée, comme c'est le cas pour d'autres activités qui implique des humains, la démarche scientifique ne suffit pas. Il faut également se servir de son intuition. Par contre, le flair à lui seul ne peut suffire à la tâche. Le modèle d'évaluation idéal pour des communications marketing intégrées performantes doit donc recourir à la science tout en faisant une place à l'intuition.