

Flexibilité des abonnements et création de bouquets de contenus au cœur des stratégies marketings des services numériques payants

Dans le paysage concurrentiel des services numériques par abonnement quasiment saturé, le fait pour un éditeur de faciliter les allés et venues, le *Churn and Return*, est devenu un impératif, alors que l'on sait paradoxalement qu'il est toujours plus coûteux d'acquérir de nouveaux abonnés que de conserver les abonnés existants. Alors que le taux de désabonnement annuel à la SVoD frôle les 40 % aux Etats-Unis, les services cherchent la bonne stratégie marketing pour fidéliser leurs abonnés.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter