

### **Conclusion:**

*Après avoir réalisé nos investigations sur le concept du « Wait Marketing », nous sommes parvenus à reconnaître que le concept présente une nouvelle approche de publicité, qui consiste à communiquer avec le consommateur lorsqu'il est en situation d'attente afin d'améliorer la communication client. Une approche qui offre le meilleur de la publicité, et ce, avec les moindres coûts.*

*Pratiquement, pour mettre en place une campagne du « Wait Marketing » il faut se référer aux 5M de Kotler (mission, moyens, message, médias, mesure) mais d'ajouter idem le nouveau M de Diana Derval qui est le moment, plutôt, le bon moment !*

### **Recommendation:**

*Bien qu'il soit couronné de succès auprès des experts dans le domaine, le concept demeure peu fréquenté de la part des particuliers mais aussi des professionnels, nous recommandons alors aux parties prenantes de diffuser plus ses principes et les médiatiser davantage afin qu'il jouira d'une image perçue par le grand public !*