

Le Marketing de la grenouille

par Philippe et Valérie Jourdan et Jean-Claude Pacitto



• On connaissait le « consom-acteur » cher à Thierry Mailet, voici le « conso-battant », qui adopte des stratégies multiples pour préserver son « vouloir d'achat », selon l'expression d'Olivier Geradon de Vera. Les auteurs du *Marketing de la grenouille* distinguent cinq profils : récessionniste, négociateur, vigile, touche-à-tout et minimaliste et proposent vingt-quatre stratégies différentes. Comment marques et enseignes doivent-elles s'adapter à cette nouvelle typologie ? En adoptant le « marketing de la grenouille », avec un sens aigu de l'observation (les yeux disproportionnés), de l'adaptation (les couleurs chatoyantes) et en alliant mobilité et réactivité (les pattes musclées).

Éditions Kawa, 232 pages, 29,95 €

100 idées made in USA, booster le commerce

par Franck Rosenthal



• On le sait. Beaucoup d'idées marketing nous viennent des États-Unis. La preuve dans ce tour du monde... américain, où foisonnent innovation et créativité. « À l'heure à laquelle tout avance aujourd'hui plus vite, à commencer par les clients, qui optimisent leurs achats plus que jamais, les préparent en sur-utilisant Internet, se sont dotés majoritairement de smartphones et appréhendent toujours plus rapidement les nouvelles technologies », il y a selon l'auteur urgence à être à l'affût de toutes les innovations.

Éditions Kawa, 280 pages, 33,95 €

La Confiance créative, tous innovateurs avec le design thinking

par Tom et David Kelley



• « C'est en puisant dans votre créativité naturelle que vous pouvez devenir extraordinaire, assurent les auteurs de *La Confiance créative*. Le point central de la confiance créative est de croire en sa propre capacité à changer le monde qui nous entoure. Il s'agit d'être convaincu que l'on peut réaliser le projet que l'on a conçu. Nous considérons que cet aplomb, cette croyance en sa capacité créative, est au cœur de l'innovation ». La preuve à travers les nombreux exemples étudiés dans ce livre.

Inter Editions, 304 pages, 24,90 €

Le Pari de la culture, petit éloge de la culture d'entreprise

par Didier Pitelet



• « La culture d'entreprise est un bien précieux, unique, exclusif ; un capital qui s'enrichit, se développe, se transmet quelle que soit la nature capitalistique de l'entreprise. C'est clairement la marque d'intelligence du vivre ensemble », énonce Didier Pitelet, le créateur du concept de management par la marque. Sans culture de et dans l'entreprise, pas de vivre ensemble possible, ni de prospérité pour l'entreprise et de bien-être des individus qui y travaillent.

Eyrolles, 214 pages, 19 €

Culture client, l'ultime différenciation entre les entreprises

par Serge Rouvière



• Opportunité dans certains cas, menace dans d'autres, le numérique conduit plus que jamais les entreprises à l'extrême vigilance, car « conserver ses clients devient hautement stratégique ». Elles leur doivent une transparence totale, « gage de confiance majeur », ce qui nécessite de repenser fondamentalement le mode de management des équipes, celles qui sont sur le terrain, en contact avec les clients.

Maxima Laurent du Mesnil Editeur, 180 pages, 29,50 €

Luxe et digital

sous la direction d'Éric Briones, dit « Darkplanneur »



• Les marques de luxe ont longtemps été rétives au digital. Ce temps semble révolu, comme l'atteste ce livre, qui entend démontrer que le luxe de demain sera postdigital. Quatorze grandes questions sont ainsi traitées par une équipe de spécialistes, avec pour objectif de conjurer le complexe numérique qui taraude le secteur du luxe.

Dunod, 256 pages, 24 €

La Saga Vin du Postillon

par Francis Elzingre et Daniel Lamartine



• Maison fondée en 1862, rachetée par Castel en 1992 puis tombée dans l'oubli, le Vin du Postillon renaît en 2015 pour le marché export. Ce livre retrace superbement l'histoire d'une marque patrimoniale à travers ses innovations, ses hommes, ses publicités, son fameux camion-bar, ses objets publicitaires et le témoignage du petit-fils du fondateur.

Contact : elzingre@hotmail.com