



Le Marketing pour les Nuls 3e édition

Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

Le Marketing pour les Nuls 3e édition Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM

LES BASES DU MARKETING. LE MARKETING STRATEGIQUE. LE MARKETING OPERATIONNEL. POUR UN MARKETING PLUS CREATIF ET PLUS INTERACTIF. LA PARTIE DES DIX

 [Download Le Marketing pour les Nuls 3e édition ...pdf](#)

 [Read Online Le Marketing pour les Nuls 3e édition ...pdf](#)

Le Marketing pour les Nuls 3e édition

Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM

Le Marketing pour les Nuls 3e édition Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM

LES BASES DU MARKETING. LE MARKETING STRATEGIQUE. LE MARKETING
OPERATIONNEL. POUR UN MARKETING PLUS CREATIF ET PLUS INTERACTIF. LA PARTIE DES
DIX

Téléchargez et lisez en ligne **Le Marketing pour les Nuls 3e édition** Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM

448 pages

Extrait

Introduction

Marketing est un mot que tout le monde connaît, sans trop souvent savoir ce qu'il signifie. Voici un de ces nombreux termes dont les Américains ont le secret et qui sont proprement intraduisibles dans la plupart des langues. En toute sincérité, auriez-vous acheté un ouvrage intitulé *La Mercatique pour les Nuls* ou *Le Marchéage pour les Nuls* ? Probablement non, car un titre aussi peu sexy aurait eu du mal à vous convaincre d'acheter un livre sur un domaine qui vous paraît intimement lié à la séduction (marchande). L'histoire du marketing se résume d'ailleurs à la façon dont les organisations (quelles qu'elles soient) ont eu recours à des méthodes et des stratagèmes pour séduire des clients et développer leur marché.

On peut entendre et lire tout et n'importe quoi sur le marketing, tant ce domaine est polymorphe, ondoyant, rusé. Demandez aux gens que vous croisez dans la rue ce que signifie ce terme et la plupart vous répondront qu'il s'agit de la publicité, de la promotion et des études de marché. Vous entendrez dire également que l'Église catholique a inventé le marketing avec l'idée de logo (la croix), de part de marché (ou d'esprit), de lieu de culte, et que le système des indulgences était en fait du marketing relationnel avant l'heure. D'autres vous expliqueront que le marketing s'est développé dans des pays démocratiques et qu'il est donc synonyme de choix... et donc de liberté. L'objectif de ce livre est de vous proposer une idée claire du marketing en considérant celui-ci comme une démarche d'ensemble que les organisations (donc pas seulement les entreprises) mettent en oeuvre pour créer de la valeur sur leur marché de référence (quitte à créer ce marché comme ce fut le cas pour toutes les grandes marques !).

À qui s'adresse ce livre ?

Le marketing est partout autour de nous puisque nous sommes en permanence soumis à des actions de type marketing et il concerne ou du moins devrait concerner n'importe quel citoyen à partir du moment où il est peu de domaines qui ont à ce point modifié la vie des sociétés et des organisations. Pensez simplement au fait que chacun de nous est exposé à plus de 3 000 marques par jour et au moins 2 000 messages de nature publicitaire. Le marketing a en effet totalement bouleversé l'univers des organisations en plaçant le client au coeur de leurs préoccupations.

C'est pourquoi le marketing est sans conteste l'activité la plus importante du monde de l'entreprise et il concerne tous les membres d'une organisation, même ceux dont la fonction ne comporte pas le terme marketing. En effet, il vise à attirer les clients, à les inciter à acheter, et à s'assurer qu'ils sont suffisamment satisfaits pour acheter encore. Que pourrait-il y avoir de plus important ? Avez-vous déjà essayé de faire tourner une entreprise sans clients ?

Mais le marketing a également modifié notre vie quotidienne puisqu'il a largement permis l'essor d'une société de consommation, voire d'hyperconsommation, dans laquelle tout ou presque est devenu marchandisable. Pouvez-vous vous souvenir du dernier jour où vous n'êtes pas entré dans un magasin pour acheter un produit ?

L'objectif de ce livre est d'abord de vous expliquer ce qu'est vraiment le marketing, d'où il vient, pourquoi il a été créé et en quoi il consiste.

Ce livre s'adresse à tous, mais plus particulièrement à vous qui êtes en charge d'une activité marketing dans une organisation (qu'elle soit marchande ou pas).

En l'écrivant, nous avons pris le parti de nous adresser à des lecteurs qui sont confrontés au monde des organisations... et donc au marché. Il ne s'agit donc pas d'un manuel de marketing puisque nous ne vous proposons pas une approche strictement académique du marketing, mais une présentation vivante qui s'appuie sur de nombreux exemples réels, issus pour la plupart du monde des petites et moyennes entreprises. Alors que la plupart des manuels s'appuient sur des exemples de multinationales ou de marques à très forte notoriété, nous avons pris le parti de parler des entreprises de taille plus modeste, qu'il s'agisse d'une boulangerie, d'une librairie ou d'une association à but non lucratif. C'est pourquoi nous avons banni le terme de consommateur pour lui préférer celui de client. Quand nous parlons de clients, il s'agit en fait de vos clients. Le client peut donc être un individu, une famille, une entreprise, un électeur...

Quand nous parlons de produit, il s'agit de votre produit qu'il s'agisse d'un bien tangible, d'un service, d'une expérience, d'une idée ou d'une personne. Le produit peut donc être tangible ou intangible, animé ou inanimé.

Et puis, nous avons dû formuler un certain nombre d'hypothèses sur vous, cher lecteur, car figurez-vous que nous n'avons cessé de penser à vous en écrivant le livre que vous tenez entre les mains. D'ailleurs, n'est-ce pas le principe de base du marketing ? Présentation de l'éditeur

Pour cette troisième édition, *Le Marketing Pour les Nuls* fait peau neuve ! Benoît Heilbrunn, professeur à l'ESCP, reprend la structure de l'ouvrage de fond en comble afin de revisiter de A à Z les concepts clefs du marketing-mix, ainsi que les nouvelles stratégies pour vendre plus au XXI^e siècle.

Des bases du marketing stratégique aux techniques les plus efficaces du marketing opérationnel, cet ouvrage comprend l'ensemble des concepts et des outils à connaître pour réinventer le marketing d'aujourd'hui !

Que vous soyez étudiant en école de commerce, cadre ou entrepreneur *Le Marketing pour les Nuls* se révélera un allié efficace et référent. Bonne lecture !

Biographie de l'auteur

Benoît HEILBRUNN est professeur au département Marketing à ESCP Europe. Il enseigne également à l'IFM (Institut Français de la Mode) et au CELSA.

Docteur en Sciences de Gestion (Université Paris-Dauphine), diplômé d'HEC et de l'EHESS (spécialisation sémiotique), il est également titulaire d'un DEA de philosophie (Université Paris I – Sorbonne).

Download and Read Online *Le Marketing pour les Nuls* 3e édition Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM
#Z95DEPWKY11

Lire Le Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM pour ebook en ligneLe Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Le Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM à lire en ligne.Online Le Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM ebook Téléchargement PDFLe Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM DocLe Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM MobipocketLe Marketing pour les Nuls 3e édition par Benoît HEILBRUNN, Alexander HIAM EPub

Z95DEPWKY1IZ95DEPWKY1IZ95DEPWKY1I