

Nouveautés du cdi

Septembre 2015

Des documentaires en marketing et management...



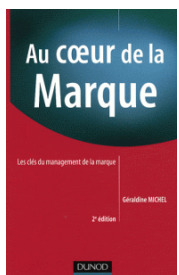
Management « Ethic leader » de Gouvier, Jacky. 7écrits, 2015.

Dans un environnement professionnel où les repères sont brouillés, le triptyque : « Ethique, Vertus, Valeurs » constitue plus que jamais la base sur laquelle reposent les fondamentaux d'un management opérant et efficace.



Comportements du consommateur : concepts et outils de Darpy, Denis. Dunod, 2012.

Cet ouvrage a pour objectif d'exposer les principaux concepts permettant de décrire et de comprendre le comportement des consommateurs, afin de prendre les meilleures décisions marketing. Illustrée de nombreux exemples et couvrant les recherches les plus récentes du domaine, revue dans sa structure, cette nouvelle édition est enrichie d'un cahier couleur.



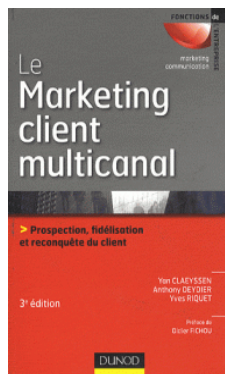
Au cœur de la marque de Michel, Géraldine. Dunod, 2009.

Mieux comprendre le rôle des marques dans le contexte économique actuel est une clé de succès pour les entreprises. Cet ouvrage vous invite à faire vivre vos marques et vous propose des outils et techniques de gestion et d'évaluation pour repérer les leviers nécessaires à la construction d'une marque forte, mettre en œuvre des stratégies de développement efficaces et évaluer la pertinence des actions menées.



Prévision des ventes : théories et pratique de Bourbonnais, Patrick ; Usunier, Jean-Claude. Economica, 2013.

Quelles sont les méthodes de prévision des ventes ? Comment concevoir des systèmes intégrés de prévision ? Quelles méthodes choisir ? Comment les évaluer ? A ces questions Régis Bourbonnais et Jean-Claude Usunier apportent des réponses opérationnelles.



Le marketing client multicanal : prospection, fidélisation et reconquête du client de Clayessen, Yan. Dunod, 2013.

E-mailing, marketing mobile, data marketing, réseaux sociaux. Complémentaires des canaux tels que le courrier, le téléphone ou le point de vente, les nouveaux supports de communication enrichissent la relation client en lui apportant réactivité et interactivité.



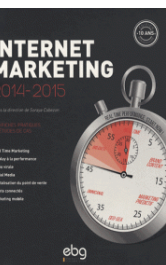
Les 7 conditions pour satisfaire et fidéliser ses clients de Chétochine, Georges. Eyrolles, 2010.

Au travers d'exemples et de modèles concrets, l'auteur propose de mettre en place une stratégie organisée et volontariste qui permette à l'entreprise de maintenir son avantage compétitif dans des conditions économiques acceptables.



Le marketing multicanal : 6 étapes pour digitaliser son marketing et booster ses ventes de Dragic, Vladimir. Eyrolles, 2015.

Interaction continue avec le consommateur, applications pour smartphones, boutiques connectées aux plateformes digitales, réseaux sociaux, centres d'appels... les circuits de ventes sont désormais multiples et complexes. En diversifiant leurs points de contact avec le client, les marques doivent dès lors élaborer de nouvelles stratégies marketing qui intègrent les canaux traditionnels et les nouveaux canaux digitaux.



Internet marketing 2014-2015 de Cabezon, Soraya. Elenbi éditeur, 2014.

Toutes les nouvelles tendances du marché, les chiffres clés, les campagnes les plus innovantes et des conseils d'experts sur des problématiques digitales d'actualité : stratégie de contenu, temps réel, social TV, mobile, publicité en ligne, e-commerce ...



Trouver le bon job grâce au réseau de Bommelaer, Hervé. Eyrolles, 2012.

Les annonces presse, Internet et les chasseurs de tête ne couvrent qu'une partie des emplois. Pour avoir accès à la mine d'opportunités que représentent tous ces jobs ne faisant l'objet d'aucune publicité, le Réseau est et reste le moyen le plus efficace. En effet, 75 % des emplois de cadres confirmés sont pourvus grâce au Réseau.

Bonne lecture à tous !

Les professeurs-documentalistes

Sources : decitre.fr