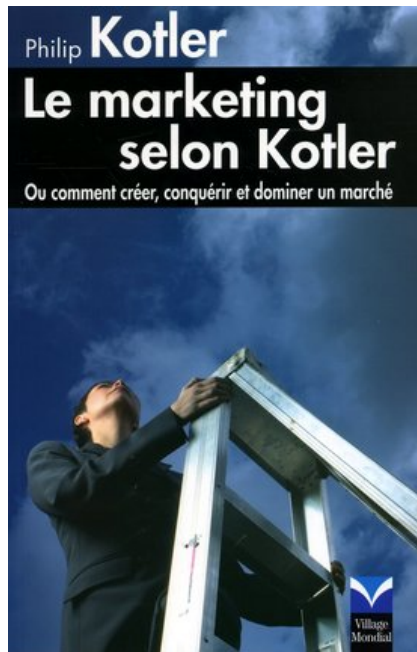


Le marketing selon Kotler: Phillip Kotler



Resume:

" Pour qui s'intéresse, même de loin, au marketing, il n'est nul besoin de présenter Philip Kotler.

La pensée et les écrits "kotlériens" ont, depuis plus de trente ans, eu tellement d'influence sur des générations d'étudiants et de praticiens que certains, comme le célèbre consultant Al Ries, père de la notion de positionnement, ont pu écrire que Philip Kotler est le marketing. Il n'existe pas, ni en gestion, ni même peut-être dans aucune autre discipline, d'exemple de leadership incontesté observé sur une aussi longue période.

Curieusement, le présent ouvrage est le premier livre "généraliste" que Philip Kotler a écrit à l'intention des praticiens. Passé maître dans l'écriture de manuels, Philip Kotler n'a pas voulu que cet ouvrage en soit un condensé, mais a réécrit un livre entièrement nouveau. Il en profite pour nous livrer une analyse extrêmement contemporaine du marketing, intégrant tous les derniers développements intervenus dans ce domaine (marketing électronique, gestion des bases de données clients, personnalisation de masse, etc.) (Nul doute que le lecteur appréciera que, sous un format compact et dans un style direct et d'accès facile, Philip Kotler lui fasse partager ses vues pénétrantes sur l'évolution du marketing, abondamment illustrées de plusieurs centaines d'exemples issus de la pratique des entreprises. " Bernard Dubois Coauteur de Marketing Management.

Le sommaire:

LE MARKETING STRATEGIQUE

- Rentabiliser ses affaires grâce à un marketing d'exception
- Comprendre, créer, communiquer et délivrer la valeur
- Identifier les opportunités et élaborer une offre ciblée de valeur
- Elaborer la proposition de valeur et construire le capital-marque

LE MARKETING TACTIQUE

- Comprendre et utiliser l'intelligence du marché
- Formuler le mix marketing
- Acquérir, conserver et développer la clientèle
- Concevoir et délivrer plus de valeur aux clients

LE MARKETING ADMINISTRATIF

- Mettre en place une planification et une organisation efficaces en marketing
- Evaluer et contrôler le marketing
- S'adapter à l'ère nouvelle du marketing électronique