

Directrices de collection
Évelyne Poincelot et Kirsten Burkhardt-Bourgeois

Études de cas



MARKETING

Coordonné par
Jean-François Notebaert et Bertrand Belvaux



Sommaire

Chapitre 1	La stratégie marketing	9
•	Nouvelle Chance : le t-shirt recyclé et recyclable	11
	Yohan BERNARD	
•	Stratégies d'internationalisation : le cas de l'événementiel culturel	27
	Mathilde PULH	
•	Nixtamal : développement de ventes en France	51
	Georgina GONZALEZ-HEMON	
Chapitre 2	L'offre marketing	69
•	L'embarras du choix pour lancer un nouveau produit : le cas Lion King	71
	Véronique COLLANGE	
•	Le prix des montures Made in Jura	87
	Yohan BERNARD	
•	Marketing des services : innovation dans le partage d'accès sécurisé	103
	Dominique LAURENCE	
Chapitre 3	La distribution	121
•	Le développement du e-commerce pour une PME : le cas Joubois	123
	Bertrand BELVAUX	
•	Canaux de distribution et gestion de la stratégie omnicanal : le cas d'une entreprise de bricolage	135
	Jean-François NOTEBAERT	
•	Le commerce inter-entreprise : l'importance du choix des intermédiaires dans le canal de distribution	153
	Jean-Marc JOYEUX	
Chapitre 4	La communication	171
•	Le cas Pulsepro : la stratégie de média-planning dans une campagne de communication	173
	Bertrand BELVAUX	
•	Analyse de données de panels et promotion des ventes : le cas d'une entreprise industrielle fabricant des sauces tomate en bocal verre	187
	Blandine ANTEBLIAN	
	Présentation des auteurs	207