

Directrices de collection

Évelyne Pincelot 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 Yohan BERNARD	11
• Stratégies d'internationalisation : le cas de l'événementiel culturel Mathilde PULH	27
• Nixtamal: développement de ventes en France Georgina GONZALEZ-HEMON	51
Chapitre 2 L'offre marketing	69
• L'embarras du choix pour lancer un nouveau produit: le cas Lion King Véronique COLLANGE	71
• Le prix des montures Made in Jura Yohan BERNARD	87
• Marketing des services : innovation dans le partage d'accès sécurisé Dominique LAURENCE	103
Chapitre 3 La distribution	121
• Le développement du e-commerce pour une PME : le cas Joubois Bertrand BELVAUX	123
• Canaux de distribution et gestion de la stratégie omnicanal: le cas d'une entreprise de bricolage Jean-François NOTEBAERT	135
• Le commerce inter-entreprise : l'importance du choix des intermédiaires dans le canal de distribution Jean-Marc JOYEUX	153
Chapitre 4 La communication	171
• Le cas Pulsepro : la stratégie de média-planning dans une campagne de communication Bertrand BELVAUX	173
• Analyse de données de panels et promotion des ventes : le cas d'une entreprise industrielle fabricant des sauces tomate en bocal verre Blandine ANTEBLIAN	187
Présentation des auteurs	207