



## Mode et Internet : Le marketing épinglé

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Mode et Internet : Le marketing épinglé

*Bertrand Jouvenot*

**Mode et Internet : Le marketing épinglé** Bertrand Jouvenot

 [Télécharger Mode et Internet : Le marketing épinglé ...pdf](#)

 [Lire en ligne Mode et Internet : Le marketing épinglé ...pdf](#)

## Téléchargez et lisez en ligne Mode et Internet : Le marketing épinglé Bertrand Jouvenot

---

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

Technologie dont la propagation a été fulgurante, Internet a bouleversé les manières de communiquer, de travailler... De vendre aussi, en devenant l'un des médiums privilégiés entre marques et consommateurs. Une relation que sonde Bertrand Jouvenot dans un essai consacré aux potentialités offertes par ce nouveau canal en termes de publicité, de commerce, de retentissement pour les grandes maisons de mode... Sans omettre les risques encourus par elles à trop se confier à celui-ci. En effet, si Internet a bien une particularité, c'est d'être un espace en commun. Une caractéristique qui s'oppose à l'élitisme imposé par les marques et qui est même susceptible de parasiter l'image et la mythologie des grands noms, sous l'effet des prescripteurs et critiques que nous sommes tous devenus.

Comment les rôles du consommateur se sont-ils vus transformés sous l'impulsion d'Internet ? Comment d'acheteur (potentiel ou non) est-il devenu relais indispensable de la marque ou, au contraire, une menace pour elle ? Quelle marge de manœuvre existe-t-il pour celle-ci alors qu'elle ne peut se passer de ce médium qui risque de mettre ses codes à bas ? Des liaisons de proximité et de nécessité, mais aussi dangereuses et incontrôlables, exposées dans un ouvrage précurseur qui confronte un média ambivalent et l'un des secteurs les plus inaccessibles qui soit.

Pour en découvrir davantage : [www.mode-et-internet.com](http://www.mode-et-internet.com)

Présentation de l'éditeur

Technologie dont la propagation a été fulgurante, Internet a bouleversé les manières de communiquer, de travailler... De vendre aussi, en devenant l'un des médiums privilégiés entre marques et consommateurs. Une relation que sonde Bertrand Jouvenot dans un essai consacré aux potentialités offertes par ce nouveau canal en termes de publicité, de commerce, de retentissement pour les grandes maisons de mode... Sans omettre les risques encourus par elles à trop se confier à celui-ci. En effet, si Internet a bien une particularité, c'est d'être un espace en commun. Une caractéristique qui s'oppose à l'élitisme imposé par les marques et qui est même susceptible de parasiter l'image et la mythologie des grands noms, sous l'effet des prescripteurs et critiques que nous sommes tous devenus.

Comment les rôles du consommateur se sont-ils vus transformés sous l'impulsion d'Internet ? Comment d'acheteur (potentiel ou non) est-il devenu relais indispensable de la marque ou, au contraire, une menace pour elle ? Quelle marge de manœuvre existe-t-il pour celle-ci alors qu'elle ne peut se passer de ce médium qui risque de mettre ses codes à bas ? Des liaisons de proximité et de nécessité, mais aussi dangereuses et incontrôlables, exposées dans un ouvrage précurseur qui confronte un média ambivalent et l'un des secteurs les plus inaccessibles qui soit.

Pour en découvrir davantage : [www.mode-et-internet.com](http://www.mode-et-internet.com)

Biographie de l'auteur

Bertrand Jouvenot a participé aux débuts du Web. Il a démarré sa carrière en 1996 chez Club-Internet où il a lancé l'un des premiers espaces shopping on-line. Il a ensuite rejoint Alcatel comme chef de produit et a lancé l'un des premiers téléphones Internet en Europe. En 2000, Bertrand Jouvenot prend la direction de l'activité e-business de plusieurs des enseignes du groupe PPR, au sein d'une division de Redcats. Il devient ensuite responsable marketing opérationnel de Celio et décroche pour la marque, le Grand Prix Stratégie 2006 et le prix Phoenix UDA. Il devient plus tard directeur de la communication de la maison Cerruti. Fort d'une expérience marketing, communication, CRM et digitale, au sein de secteurs complémentaires (luxe, mode, distribution...) Bertrand Jouvenot est aujourd'hui consultant indépendant. Bertrand Jouvenot est diplômé de l'Executive MBA de l'Institut Français de la Mode. Il est également l'auteur du Journal de BJ au

bureau, aux Editions Maxima, traduit en Chinois et en Coréen, et de Managing Softly paru chez BookSurge. Bertrand Jouvenot a enseigné le marketing et animé des séminaires consacrés à Internet à l'IFM, en écoles de commerce et à l'université. Pour en découvrir davantage, nous vous invitons à visiter le site de l'auteur, à l'adresse : [www.jouvenot.com](http://www.jouvenot.com)

Download and Read Online Mode et Internet : Le marketing épinglé Bertrand Jouvenot #AQS0MFY1ZEN

Lire Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot pour ebook en ligne  
Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot 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 Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot à lire en ligne.  
Online Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot ebook Téléchargement PDF  
Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot Doc  
Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot Mobipocket  
Mode et Internet : Le marketing épinglé par Bertrand Jouvenot EPub

**AQS0MFY1ZENAQS0MFY1ZENAQS0MFY1ZEN**