

Le Marketing de l'idée à l'action

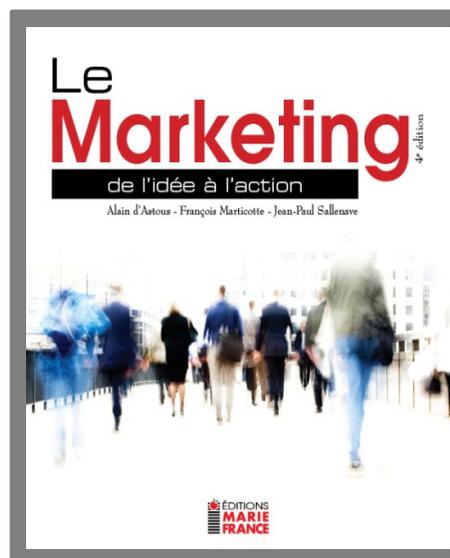
Alain d'Astous • François Marticotte • Jean-Paul Sallenave

Le Marketing, de l'idée à l'action est un livre qui aborde le marketing de façon pratique. Les auteurs se sont mis à votre place, c'est-à-dire à la place de quelqu'un qui, un jour, a eu ou pourrait avoir l'idée de lancer un nouveau produit et qui se demande :

« *J'ai une idée, mais comment passer de l'idée à l'action de marketing?* »

Pour passer de l'idée à l'action, ou de la conception à la fabrication et à la commercialisation du produit, il faut posséder un certain nombre de points de repère pour comprendre et appliquer avec succès les techniques de marketing. Ce livre vous invite à découvrir le marketing selon une approche systématique qui répond en cinq phases à la question posée ci-dessus:

1. *Savoir ce que veut le consommateur*
2. *Déterminer s'il y a un marché*
3. *Élaborer un plan de marketing*
4. *Le mettre en œuvre*
5. *Savoir comment en tirer profit*



ISBN 978-2-89661-007-5

