



Mieux piloter sa relation-client

"Tous les matins, on doit convaincre à nouveau des millions de consommateurs", prévient Christian Polge, président de Coca-Cola France. Comment faire quand la relation-client est plus complexe à maîtriser ? Frank Rosenthal propose, à travers un guide pratique, plus de cent cinquante exemples, onze registres de la relation-client qui couvrent tout le spectre de cette relation. Et, plutôt que d'opposer le CRM (Customer Relationship Management) au CEM (Customer Experience Management), Frank Rosenthal propose comme règle d'or : la relation-client doit dorénavant exister avant, pendant et après les relations marchandes, comme un cycle continu et ininterrompu.

Mieux piloter sa relation-client, par Frank Rosenthal, Editions Dauvers, 200 pages, 27 €

Le neuromarketing en action

Peut-on parler et vendre au cerveau ? Oui, puisque grâce aux techniques modernes d'analyses neuromédicales telles que l'imagerie cérébrale, l'analyse de sécrétion d'hormones, les simulateurs d'environnement et de stress, l'éthologie... on peut maintenant savoir ce qui plaît aux consommateurs ! Patrick Georges, neurochirurgien, et Michel Badoc, professeur de marketing, proposent six étapes pour parler au cerveau. Les auteurs avouent que "par son efficacité, le neuromarketing n'est pas sans présenter un danger, celui de manipuler le client". Ils en appellent donc à une approche déontologique et éthique. Cap vers la connaissance du "point S" de chaque personne...

Le neuromarketing en action, par Patrick Georges et Michel Badoc, Editions Eyrolles, 334 pages, 28 €

Lactalis, une histoire du lait

19 octobre 1933 : André Besnier démarre l'activité au 52, rue d'Avesnières à Laval. Avec un employé, il collecte 35 litres de lait et fabrique 17 camemberts le premier jour. Son fils, Michel, lui succède en 1955 et se lance dans la création de nouveaux produits tout en multipliant les acquisitions aussi bien en France, Italie, Etats-Unis. Aujourd'hui, aux mains de la troisième génération depuis 2000 – Emmanuel Besnier – le groupe Besnier, baptisé Lactalis en 1999, a un palmarès prestigieux : 3^e groupe laitier mondial, 1^{er} groupe fromager européen, 1^{er} groupe laitier européen, 1^{er} collecteur européen, 2^e groupe agro alimentaire français, 1^{er} fromager français, 1^{er} fromager italien. Dans le Caddie du consommateur, des marques célèbres comme Président lancé en 1968 ("deux litres de lait pour chaque Président" précise alors la première publicité), aujourd'hui décliné en beurre, en chèvre, Lepetit, Lactel en 1985, B'A, Bridel, Galbani, Société (roquefort) et, depuis 2006, La Laitière, à la suite de la création d'une filiale commune avec Nestlé dans le domaine des produits laitiers frais en Europe. Le livre est accompagné d'un album présentant "40 ans de campagnes publicitaires" de la marque Président et d'un DVD qui permet de découvrir toutes les publicités télévisées du camembert, collectées grâce à la Maison de la Pub. Au reste "Bien manger c'est le début du...?".

Lactalis, une histoire du lait, 1933-2008, Histoire d'entreprises, 128 pages, disponible à la vente au Lactopôle (musée du lait) à Laval, www.lactopole.com