



### **Tout savoir sur... La marque face à la révolution client**

par Yan Claeyssen.

- « L'avenir appartient aux marques ouvertes, transparentes et généreuses... personne ne sait vraiment comment s'organiseront les marchés dans dix ou quinze ans. Tout reste ouvert ». Y compris les pages de ce livre.

Éditions Kawa, 122 p., 24,70 €



### **L'encyclopédie du marketing**

par Jean-Marc Lehu.

- Un véritable travail de bénédictin pour accoucher d'un chef-d'œuvre qui se doit d'être dans toutes les bibliothèques et à portée de main de tout responsable de marque.

Éditions Eyrolles, 950 p., 45 €



### **Ré-inventer les marques**

par Jean-Noël Kapferer.

- La marque est morte ! Vive la marque. Où l'on découvre que la marque France est en péril et que le temps des marques que nous connaissons est révolu. Celles des biens de consommation seraient gravement menacées par les marques distributeurs. De nouvelles pistes s'ouvrent.

Éditions Eyrolles, 240 p., 20 €

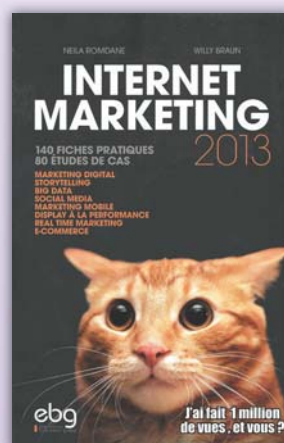


### **La marque**

par Georges Lewi et Pierre-Louis Desprez.

- À partir de l'analyse de plus de deux cents marques, deux grands experts de la marque marient leur compétence et consacrent un long chapitre au e-branding.

Éditions Vuibert, 190 p., 16,90 €



### **Internet marketing 2013**

par Neila Romdane et Willy Braun.

- Le guide annuel et bible du marketing digital porte un éclairage sur le storytelling et la Big Data, 140 fiches pratiques et 80 études de cas de marques.

Electronic Business Group (EBG), 544 p., 62 €

Disponible dans l'App Store.



### **Chanel** par Emma Baxter-Wright

**Prada** par Laia Farran Graves.

- Eyrolles lance une nouvelle collection *Le petit livre de...*

Monographies illustrées de grandes maisons de coutures. A lire.

Éditions Eyrolles, 160 p., 14,90 €