

Les marques, mythologies du quotidien

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Les marques, mythologies du quotidien [Texte imprimé] : Comprendre le succès des grandes marques / Georges Lewi

Auteur(s) : Lewi, Georges

Editeur, producteur : Paris : Village mondial, 2003
(63-Marsat; Impr. la Source d'or)

Description matérielle : 292 p.

Collection : Marketing

ISBN : 2-7440-6072-0

Appartient à la collection : Marketing (Paris. 2002) 1762-2328 2003

Classification décimale Dewey : 658.827 23

Résumé ou extrait : Qu'est-ce qui rend les marques à la fois si puissantes et si vulnérables auprès des consommateurs ? Tout comme les héros mythiques, elles incarnent les rapports de l'individu au groupe et sont le produit de notre imagination collective. D'Aphrodite, la séductrice qui avait le pouvoir de rendre amoureux tous les dieux et tous les mortels à L'Oréal, qui assure le même pouvoir insensé parce que toutes les femmes le valent bien, que d'histoires extraordinaires, réelles ou supposées telles, d'actes créateurs et de dépassements perpétuels exprimés dans ces slogans de marques souvent prométhéens : Just do it, Deviens ce que tu es... . Les Marques, mythologies du quotidien fait la démonstration de ce que chacun pressent : le rôle fondamental des marques dans notre société, une fonction qui dépasse, de beaucoup, le seul jeu commercial ou économique. Les comparaisons précises et convaincantes, entre Levi's et Poseïdon, entre Nestlé et Athéna, entre Microsoft et Apollon, tissent un cadre référentiel pour mieux comprendre le phénomène des marques. Les analystes y trouveront une riche matière à réflexion, les marketeurs la clé de la méthode utilisée par les grandes marques pour nous convaincre. Cet ouvrage permet d'aller beaucoup plus loin dans la connaissance de ce phénomène mondial et de mieux comprendre le succès des grandes marques.

Sujet - Nom commun : Marques de commerce