



Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

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

Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013

Daniel Bô, Raphaël Lellouche

Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 Daniel Bô, Raphaël Lellouche

 [Télécharger Brand Culture - Développer le potentiel culturel ...pdf](#)

 [Lire en ligne Brand Culture - Développer le potentiel culture ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 Daniel Bô, Raphaël Lellouche

192 pages

Revue de presse

« Ce livre [...] explore le phénomène émergent de la culture de marque. » **Le Journal du Palais**

« [...] décrit mes moyens de libérer le potentiel culturel des marques. » **Marketing Magazine** « Vous avez dit « Culture Brand »? » **Stratégies** « Bien plus que des agents économiques, les marques sont aujourd'hui des agents culturels. » **Marketing magazine** Présentation de l'éditeur

Repetto, Ladurée, Nike, Oasis, **les marques sont bien plus que des agents économiques : ce sont des agents culturels**. Leur pouvoir dépend de leur influence, de leur capacité à saisir, à refléter ou à transformer la culture dans laquelle elles vivent. Cette dimension ne cesse de gagner en importance et s'impose comme un pilier de la création de valeur durable, dans une économie où l'enjeu est de produire du sens.

Prolongement de Brand content (2009), ce livre explore le phénomène émergent de la culture de marque ou brand culture. à partir de nombreux cas concrets et de témoignages, il décrit les moyens de libérer le potentiel culturel des marques :

- identifier les sources et modes d'expressions de la culture ;
- maîtriser les clés d'une culture de marque forte ;
- valoriser les résonances culturelles pour renforcer l'attachement des consommateurs ;
- piloter les marques dans la diversité culturelle d'une économie mondialisée.

Le philosophe et sémiologue Raphaël Lellouche y développe une nouvelle théorie de la marque, appliquant les notions d'auto-contrainte, de performativité et de médialité à l'univers du marketing.

Biographie de l'auteur

Pdg fondateur de l'institut d'études QualiQuanti. Ancien publicitaire (Saatchi, Lintas, Equateur), il est diplômé d'HEC et de Sciences Com.

Diplômé d'HEC, docteur en philosophie, il travaille depuis plus de 10 ans dans le domaine du marketing et de la communication.

Download and Read Online Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 Daniel Bô, Raphaël Lellouche #UTLV6KN0Y1W

Lire Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche pour ebook en ligne Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche 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 Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche à lire en ligne. Online Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche ebook Téléchargement PDF Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche Doc Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche Mobipocket Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques - Hub Awards 2013 par Daniel Bô, Raphaël Lellouche Epub

UTLV6KN0Y1WUTLV6KN0Y1WUTLV6KN0Y1W