



## Frédéric Dosquet

2015 | 224 pages  
Collection Pratiques d'entreprises

978-2-84769-677-6 **36,00 \$** PAPIER

# CRÉER DU SENS EN MARKETING - 2<sup>e</sup> ÉDITION

Et si le marketing, ce n'était finalement que de la création de sens ? Au-delà des études, des concepts, des techniques, cet ouvrage revient sur les fondamentaux de cette discipline, passionnante et complexe à la fois.

Passionnante, car elle permet de donner du sens et donc vie à des « objets » (produits, services, marques), qui sans ce travail sémio-logique, n'auraient probablement jamais perdurés, voire existés sociale-ment. Complexe également, car donner du sens à des objets, nécessite l'application stricte de règles de sens.

Ce livre s'adresse donc aux futurs et actuels gestionnaires de sens (les marketers, les brand managers, les publicitaires, les consultants) ainsi qu'à celles et ceux qui l'enseignent et bien évidemment à celles et ceux qui l'étudient.

Pour cette deuxième édition, le lecteur y trouvera une revue de littérature renouvelée, des exemples illustrés par la technique du QR code et bien sûr ce qui a fait le succès de la première édition, l'exposition du Sablier Marketing®. Celui-ci est, depuis son apparition en 2004 dans la première édition, devenu un des outils de gestion du sens enseigné dans les Business Schools et utilisé par les annonceurs et en agences.

## SOMMAIRE

### **PARTIE 1 – DE LA NÉCESSITÉ DE CRÉER DU SENS EN MARKETING**

**CHAPITRE 1.** Quelques conseils pour commencer

**CHAPITRE 2.** De la nécessité de la culture en persuasion pour les annonceurs comme pour les publicitaires

### **PARTIE 2 – LA CRÉATION DE SENS PAR DES STIMULI**

**CHAPITRE 3.** Le stimulus du positionnement

**CHAPITRE 4.** Le stimulus du label

**CHAPITRE 5.** Le stimulus du nom

**CHAPITRE 6.** Le co-branding

**CHAPITRE 7.** Le stimulus de la couleur

**CHAPITRE 8.** Le design

**CHAPITRE 9.** Le stimulus du poly-sensoriel

**CHAPITRE 10.** Le stimulus de l'endorser

## AUTEUR

**FRÉDÉRIC DOSQUET** est le responsable du département marketing au sein du groupe ESCPau.

Docteur en sciences de gestion et diplômé de l'ESCP Europe, il est spécialisé dans la construction de sens au service des marques. Auteur de plusieurs livres dans cette discipline, il intervient également auprès d'entreprises et collectivités tant en France qu'à l'étranger.

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Funded by the  
Government  
of Canada

Canada



Conseil des arts  
du Canada

Canada Council  
for the Arts

SODEC

Québec



#### Distribution

Canada : Prologue inc.  
Belgique : Patrimoine SPRL

France : SOFEDIS / SODIS  
Suisse : Servidis SA



418 657-4399 | puq@puq.ca

Plus de  
1 500 livres  
à feuilleter

PUQ.CA



Presses  
de l'Université  
du Québec