



Nouveaux consommateurs

Philippe Jourdan, président de Promise Consulting et spécialiste de la gestion des marques, analyse dans son nouvel ouvrage les nouveaux comportements d'achat. Selon lui, «*les consommateurs, devenus des combattants, ont changé plus vite que les marques et le marketing peut mourir demain du syndrome de la grenouille, qui ne se rend pas compte que la température de l'eau augmente*». Face à un nouveau consommateur, mobile, zappeur, insaisissable et qui assume ses contradictions, reconduire les approches classiques du marketing (segmentation, positionnement, ciblage, marketing-mix, information qualifiante...) sans les faire évoluer est aussi vain que de «*manger de la soupe avec un couteau*». Une salubre remise en cause.

