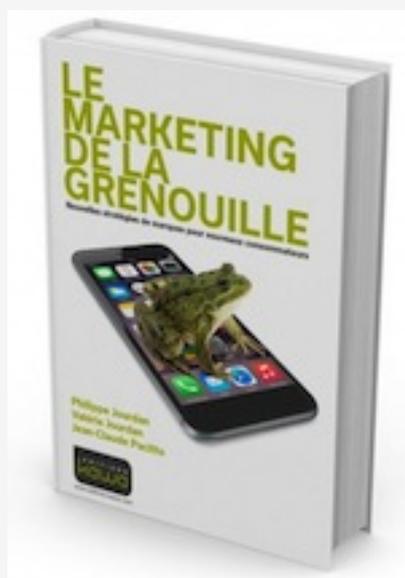




« Le marketing de la grenouille »: quelles stratégies de marques pour les nouveaux consommateurs?

Écrit par © Filactu le 17 février 2016. Rubrique: Publications



Les auteurs de « Le marketing de la grenouille », **Philippe Jourdan**, Valérie Jourdan & Jean-Claude Pacitto, partent du postulat que les crises, économiques et sociales et l'émergence du digital participent d'une reconfiguration en profondeur de la relation aux marques et aux distributeurs. Conséquence : le nouveau consommateur, que les auteurs appellent "Conso-battant", adopte des stratégies multiples pour préserver son « vouloir d'achat ».

Ils distinguent 5 profils majeurs: le Récessionniste, le Négociateur, le Vigile, le Touche-à-tout et le Minimaliste.

Or les marques et les enseignes accusent un temps de retard, lorsqu'il s'agit de comprendre les motivations de ces nouveaux consommateurs, de répondre à leurs attentes et de satisfaire leurs besoins. Il s'ensuit une défiance généralisée et une frustration réciproque. En multipliant les exemples de stratégies gagnantes, adaptées à chaque profil, cet ouvrage, résolument optimiste, donne aux praticiens du marketing les clés pour dépasser les

résistances du Conso-battant, afin, qu'au final, vendre « mieux » et non uniquement « plus ».

Interview vidéo de l'auteur, Philippe Jourdan: « Le Marketing de la grenouille : les 5 profils du conso-battant »

Editions KAWA