



Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

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

Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché

Dru Jean-Marie

Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché Dru Jean-Marie

 [Télécharger Disruption : Briser les conventions et redessiner ...pdf](#)

 [Lire en ligne Disruption : Briser les conventions et redessine ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne **Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché** Dru Jean-Marie

256 pages

Revue de presse

Cassez donc les idées reçues!

Le succès marketing d'une entreprise tient à sa capacité à se remettre en question. Jean-Marie Dru nous dit comment sortir des sentiers battus. Désormais le changement, c'est la discontinuité: le publicitaire Jean-Marie Dru reprend à son compte cette phrase de Charles Handy. Il propose une stratégie publicitaire et marketing radicalement nouvelle. Baptisée par ses soins "disruption", cette technique consiste à développer des idées "en rupture" avec les pratiques du moment. Cette attitude part d'un constat simple: les marques qui ont laissé des traces dans l'histoire de la publicité et du marketing sont celles qui ont osé un nouveau regard, et proposé au consommateur un éclairage surprenant et visionnaire. Qui aurait imaginé avant Virgin de promouvoir un magasin uniquement sur un mode émotionnel? Ce fut la fameuse campagne: "On ne fera jamais assez de place à la musique." Virgin s'affirmait alors comme sanctuaire plutôt que magasin.-La "disruption" s'attaque à l'identité globale de la marque. Dans un premier temps, il s'agit de détecter les conventions qui "norment" un marché, c'est-à-dire "le stock d'idées toutes faites qui maintiennent les choses en l'état". La marque souffre de leur carcan. Il faut donc les remettre en cause, les questionner. Nike, Ikea, Saturn ou Apple ont tous brisé des conventions. Mais en déstabilisant ces dernières, il faut veiller à rester juste par rapport à la marque et à l'idée qu'on s'en fait.-De nouveaux angles d'attaque, des voies inédites surgissent. Ces idées en rupture vont permettre de découvrir de nouvelles dimensions et de modifier la vision du public. Toutes les marques mentionnées plus haut se sont différenciées par la publicité, en communiquant un sens nouveau et en devenant ainsi uniques. Exemple type: Apple a brisé le mythe de l'ordinateur réservé à une élite de spécialistes et inauguré l'ère de l'ordinateur personnel.-Dans tous les cas, la marque est reconstruite. Elle ose afficher une image qui brise le carcan des conventions. Elle acquiert par ricochet une nouvelle légitimité. La trilogie convention-disruption-vision suppose une méthodologie rigoureuse, des sources d'idée "en rupture" et des outils de travail, qui sont détaillés par Jean-Marie Dru. Son livre abonde en exemples empruntés à la culture marketing européenne ou américaine. Un fourmillement qui en arrive d'ailleurs parfois à gêner la démonstration au lieu de l'éclairer... --Pierre Agède-- -- *L'Entreprise*

L'art de la rupture

Les héros de ce livre s'appellent Danone, Levi's, Sony, Apple ou Coca-Cola. Ils possèdent cette qualité propre à tous les personnages de bandes dessinées ou de séries télévisées : être toujours les mêmes, mais savoir encore nous surprendre. On connaît la fin de l'histoire dont ils sont les principaux protagonistes leur destin est de finir le plus souvent dans notre réfrigérateur ou notre penderie , pourtant on ne se lasse pas de l'entendre raconter une nouvelle fois. Le miracle qui semble conférer une éternelle jeunesse à ces marques se nomme, en publicité, la création.

L'auteur de ce livre, défi et hommage d'un publicitaire français à Madison Avenue, le temple américain de la pub, est un des créatifs les plus admirés de la profession et son agence, BDDP, a imposé un nouveau style et de nouveaux codes à la France publicitaire des années 80. Mais, si son message se veut universel, ce n'est pas seulement au sens géographique du terme : les hommes de marketing, les communicateurs et les stratèges en tous genres peuvent tirer de précieux enseignements de cet " art de la rupture ". -- *La revue Résumés*

L'un des deux "D" de BDDP a choisi les Etats-Unis et la langue de Mickey pour décrire la "stratégie de rupture". Celle que l'agence de publicité qu'il a cofondée en 1984 applique avec succès, depuis 1992, aux campagnes de ses clients: la géante de Virgin pour vendre une "culture jeune" plutôt que des promotions et rabais, message traditionnel de la distribution; la femme installée dans sa quarantaine pour Oil of Olaz, là où les crèmes de beauté privilégient les adolescentes; le bébé allaité de BMW, quand la mode des constructeurs est de faire vanter leurs modèles par des créatures de rêve.

Comme l'auteur l'indique dans son introduction, l'essentiel du message tient en trois chapitres: rupture (disruption), code (convention), vision. Le livre fait un tabac aux Etats-Unis. Il sera disponible dans sa version française à l'automne. --*Pascale-Marie Deschamps*-- -- *L'Expansion*

Download and Read Online Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché Dru Jean-Marie
#U68AMPJB27S

Lire Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie pour ebook en ligne
Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, 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
Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie à lire en ligne.
Online Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie ebook Téléchargement PDF
Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie Doc
Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie Mobipocket
Disruption : Briser les conventions et redessiner le marché par Dru Jean-Marie EPub

U68AMPJB27SU68AMPJB27SU68AMPJB27S