

MARQUES B to B

UNE POLITIQUE DE MARQUE
POUR PROSPÉRER
DANS LA CHAÎNE DE LA VALEUR

Plus de 10 ans après *Stratégie et Gestion de la Marque Industrielle* (Prix de la Marque, Prix de l'Académie des Sciences Commerciales en France et paru aux États-Unis), *Marques B to B* propose une nouvelle vision entièrement revisitée du management de la marque en B to B.

Intégrant les dernières pratiques et les résultats des recherches les plus récentes, ce livre à visée opérationnelle définit de nouvelles voies stratégiques pour mener la politique de marque en B to B selon le destinataire final.

- *B to B* : la cible visée est l'organisation cliente sans qu'il soit possible d'identifier spécifiquement des bénéficiaires individuels.
- *B to B to C* : la marque s'adresse aux clients consommateurs des produits finis fabriqués par l'organisation cliente.
- *B to B to E* : la marque se destine *in fine* aux employés de la structure cliente, privée ou publique.
- *B to A to U* : la marque cible un usager d'une administration, et non pas un consommateur.

Pour la première fois, une approche synthétique et clairement orientée B to B offre des perspectives utiles et opérationnelles pour gérer la marque fournisseur.

Visitez également les sites des auteurs www.philippemalaval.com et www.christophe-benaroya.fr.

PEARSON

Pearson Education France
47 bis, rue des Vinaigriers,
75010 Paris
Tél. : 01 72 74 90 00
Fax : 01 42 05 22 17
www.pearson.fr

Management en action



Philippe Malaval

Diplômé de l'ESCT et docteur HDR en Sciences de Gestion, il est professeur de marketing à l'ESCT, où il est responsable des programmes marketing du MBA Aérospace et du Master M2C.

Il intervient également à l'ISAE Supatrat et dans différents MBA (ESCP Europe, HEC...). Responsable marketing pendant 12 ans dans le secteur industriel, dirigeant fondateur de Business Conseil, il conseille de nombreuses entreprises internationales sur leur stratégie de marque. Spécialisé en marketing B2B, il est l'auteur de nombreux ouvrages et notamment *Marketing Business to Business*, *Marketing aéronautique et spatial* avec Christophe Bénaroya, et *Pentacom*, livre de référence en communication avec Jean-Marc Decaudin (parus chez Pearson Education France).

p.malaval@esc-toulouse.fr



Christophe Bénaroya

Diplômé de l'ESC Toulouse et titulaire d'un DEA de sciences de gestion, il est professeur à l'ESCT et encadre le programme anglophone du master M2C. Il est consultant auprès d'entreprises industrielles

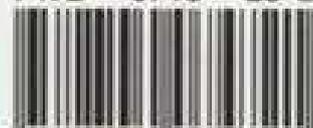
et intervient en marketing dans différentes écoles de commerce et d'ingénieurs, en formation initiale comme en formation continue. Il est co-auteur avec Philippe Malaval de *Marketing Aéronautique et Spatial* (parus chez Pearson Education France, traduit et publié aux États-Unis, en Italie et en Chine) et de *Marketing Business to Business*.

c.benaroya@esc-toulouse.fr

Marketing

ISBN : 978-2-7440-7472-1

7472 0710 29 €



9 782744 074721