

Dialoguer,
c'est s'ouvrir...



... et se faire
des fleurs ?

L'œil de Karin

la revue des **MARKES**

Marques et dialogues

- 3 Éditorial**
par Romain Nouffert
- Stratégie**
- 7 Le dialogue multi-parties, un impératif catégorique**
entretien avec Jean-François Chantaraud, Odis
- 12 La stratégie du Sherpa**
par Gabriel Szapiro, Saphir
- 16 Imagination 3.0 : bienvenue à l'usage des marchés !**
par Brice Auckenthaler, Tilt ideas
- 22 Du dialogue aux dialogues**
par Patrick Mathieu, PMC
- Libre propos**
- 26 Agoraphilie, voie de salut pour la marque**
entretien avec Fabienne Chol, INC
- Études**
- 28 Customer Centric**
par Arielle Bélicha-Hardy, TNS Sofres
- 31 Livres**
- Marketing**
- 32 Les marques prennent la parole**
par Andria Andriuzzi, IAE Paris, ESCP Europe
- 34 Smart Dialogue**
entretien avec Augustin Rudigoz, Mobeye
- 37 La data au service d'un nouveau marketing**
par Yves Siméon, Re Load
- Saga**
- 41 Haribo, des bonbons qui font chanter la vie**
par Jean Watin-Augouard
- Communication**
- 53 Expérience de marque au rapport... annuel !**
entretien avec Luc Thabourey et Bénédicte Cateland, W & Cie
- 58 Le dialogue marque-client, une réalité ?**
par Catherine Viot, université Claude-Bernard Lyon 1
- 64 La fin des silos par le collaboratif**
entretien avec Antoine Durieux, Alkemics
témoignages de Érik Angot, Nestlé France et Romain David, Unilever France
- 70 L'e-commerce a besoin de standards**
entretien avec François Deprey, GS1
- Prospective**
- 72 Le coup de pouce « nudge »**
par Eric Singler, BVA
- Cas d'école**
- 78 Upsa en pleine... effervescence**
par Jean Watin-Augouard
- 84 Voyage au pays des services consommateurs**
par Benoît Jullien, ICAAL
- 88 Lego joue bien !**
entretien avec Stéphane Knapp, Lego France

Prochain numéro, janvier 2016

Marques & changement climatique