



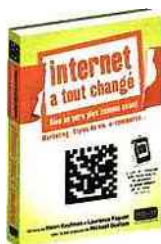
## Métier VIENT DE PARAÎTRE

YVELINE COUTEUX

### Rien ne sera plus comme avant !

Aujourd'hui, Internet transforme les comportements, révolutionne la relation client et bouscule les circuits d'achat traditionnels. Cet ouvrage donne donc des pistes pour appréhender au mieux ce nouveau marketing de précision. Interactif, le livre bénéficie d'un texte accompagné de flashcodes permettant au lecteur, via un smartphone, de compléter sa lecture grâce à un accès à des vidéos, blogs...

*Internet a tout changé*, par H. Kaufman et L. Faguer. Kawa Éditions, 300 p., 29,90 €. Décembre 2009.



### Un an sans pub sur les chaînes du service public

Apparue en 1968 à la télévision, la publicité a été jugée par Nicolas Sarkozy contraire aux missions du service public et donc supprimée de France Télévisions. À travers l'étude du contrôle des publicités télévisées, cette enquête reconstitue la façon dont les différents acteurs ont imposé des contraintes à des spots publicitaires, qui ont joué avec les normes d'une société française en pleine mutation.

*Et maintenant, une page de pub*, par Sylvain Parasio. Ina Éditions, 268 pages, 20 €. Janvier 2010.



### Mieux comprendre les enfants

Les gestionnaires de marques pour enfants et jeunes savent qu'il s'agit d'une clientèle particulière et exigeante. Comment lui parler? Comment imaginer des produits, des services? Comment s'effectue l'acte d'achat? Au sommaire de ce guide: les étapes pour gérer et suivre une marque pour enfants et les clés pour comprendre cette cible.

*Gérer une marque enfants*, par Jean-Jacques Urvoy & Anne Llorca. Éditions Eyrolles, 200 pages, 20 €. Janvier 2010.



### Concrétiser sa créativité

L'innovation se décline aujourd'hui dans tous les domaines et à tous les niveaux de l'entreprise. Outils et méthodes à l'appui, ce livre apporte des réponses claires et didactiques aux 100 questions posées sur le thème de l'innovation. Des fondamentaux à l'organisation, en passant par le management, sans oublier l'environnement, l'ouvrage aide le lecteur à concrétiser ses idées.

*Manager l'innovation*, par Arnaud Groff. Éditions Afnor, 184 pages, 21,80 €. Janvier 2010.

