

présentation
synthétique
de
l'ouvrage

Christophe CHAPTAL
de CHANTELOUP

Préface de Jean-Christophe Vidal

LE MARKETING DE RUPTURE

DE NOUVELLES PRATIQUES POUR LES MARCHÉS EN MUTATION



cc&a.

chaptal de chanteloup & associés

17 rue Dupin — 75006 Paris — France

P +33 6 22 64 46 05

www.cca-consulting.fr

prestataire de formation dont l'activité est enregistrée sous le numéro 11 75 47020 75 auprès du préfet de région d'Île-de-France
SARL au capital de 10 000 € — siège social 17 rue Dupin 75006 Paris — 511 871 857 RCS PARIS — NAF 7022Z — TVA FR47 511 871 857

 de boeck

 NOTO
VERSION NUMÉRIQUE

 de boeck

cliquez
pour en
savoir plus
sur l'auteur

cliquez
pour
visionner
le teaser
de l'ouvrage

Christophe CHAPTAL
de CHANTELOUP

Préface de Jean-Christophe Vidal

LE MARKETING DE RUPTURE

DE NOUVELLES PRATIQUES POUR LES MARCHÉS EN MUTATION



 de boeck

 NOTO
VERSION NUMÉRIQUE

propos de l'ouvrage

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



1

le propos de l'ouvrage est la découverte des nouveaux besoins du consommateur...

- le besoin de plaisir
- le besoin d'harmonie

2

ainsi que l'appropriation d'un nouveau principe de segmentation...

- la clé EMRAT :
- émotion (EM)
 - résultat (RA)
 - vitesse/temps (T)

sommaire de l'ouvrage

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



Chapitre 1

Marchés :
de la
tradition
à la
mutation

Mots clés :

- La nouveauté merveilleuse
- Crise, entre modernité et tradition
- Les marchés en mutation

Chapitre 2

Forces et
faiblesses
du marketing
traditionnel :
les 3S

Mots clés :

- Segmenter
- Structurer
- Sanctifier

Chapitre 3

Le marketing
de
rupture

Mots clés :

- Les besoins de plaisir et d'harmonie
- Les clés de segmentation EMRAT

Chapitre 4

Marketing
de rupture :
l'approche
opérationnelle

Mots clés :

- L'expression littérale
- La chaîne de valeur
- Le design management
- Les indicateurs

objectif de l'ouvrage

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



l'objectif de l'ouvrage est de pousser à l'utilisation intensive du marketing de rupture parce que...

1

c'est un marketing conçu pour les marchés en mutation

2

qui vise la pertinence, l'évidence et la fluidité

3

et qui constitue un véritable engagement de simplicité dans un monde toujours plus complexe

vous verrez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous verrez ce
que sont
ces nouveaux
marchés à la
croissance
non mécanique



vous refuserez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous refuserez les dérives
du marketing traditionnel
(la tentation du xP)



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comment font
ceux qui parient
sur l'émotion



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui poussent
à l'investissement
plutôt
qu'à l'achat



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui
privilégient
le résultat
à la performance



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comme font ceux
qui font résonner
tradition et futur



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui jouent
avec le temps



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comment font
ceux qui
savent raccourcir
l'espace

leDRIVE
Intermarché

E.Leclerc 
DRIVE



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comment font
ceux qui changent
de référentiel

AIRFRANCE 



HOP!



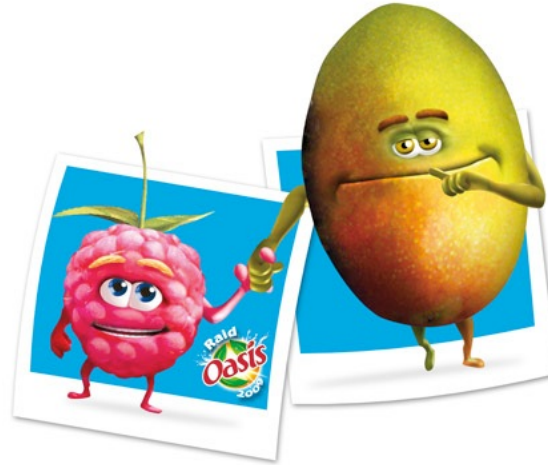
iDTGV

vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comment font
ceux qui
construisent un
univers protecteur
et nourricier



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux refusent
la primauté du
rapport
qualité-prix



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



vous décrypterez
comment font
ceux qui se
prévalent
d'un résultat
indiscutable

easyJet

L'ORÉAL

vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui bâtissent
un message fort,
simple et cohérent



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui allient
intemporalité
et agilité



vous décrypterez...

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

vous décrypterez
comment font
ceux qui
choisissent
d'imposer leur
propre standard



index

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation



quelques noms de marques et sociétés cités dans l'ouvrage

Abercrombie & Fitch	Chevrolet	Fnac	Lion Capital	Panasonic	Swatch
Airbus	Citroën	Ford	Loctite	Parrot	Tesla
Altia	Coca-Cola	Fred & Farid	Loewe	Pattex	The Limited
American Express	Cornillaud	General Electric	Logitech	Pernod Ricard	Trina
Apple	Crédit Agricole	General Motors	Marigny	Philips	TripAdvisor
Ateliers Réunis	Dacia	Grandin	Mercury	Pontiac	Voyage Privé
Auchan	Danone	Greyhound	Microsoft	Pritt	Voyages-sncf.com
B'Twin	Darty	Henkel	Miele	Promovacances	Wanzl
Bayard	Dell	Hoover	Mir	Pulco	X-Tra
Bell	Devialet	Ikea	Nabisco	Remington	Zenith
Benetton	Diadermine	Indesit	Naranjina	Reynolds	
BforBank	Diet Coke	iRobot	Nespresso	Rorer	
Bic	Dyson	Kaiser Motors	Nike	Ryanair	
Blackstone	Edsel	Kellogg's	Nutella	Samsung	
Buick	Expert	Kelvinator	Oasis	Schwarzkopf	
Cadbury Schweppes	Facebook	KitchenAid	Oldsmobile	Simca	
Caddie	Fanta	La Casera	Orangina	Sprite	
Cadillac	Ferrero	Le Chat	Oshman's	Sunbeam	
Calvert	Fiat	Le Guide du Routard	Osram	Suntory	
CBS	Fisker Automotive	Lincoln	Oxylane	Super Croix	

minibio de l'auteur

Le marketing de rupture — De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation

- Christophe Chaptal de Chanteloup est directeur de cc&a. — cabinet en stratégie et organisation et directeur associé de Quatre Vents, agence conseil en marketing et communication
- auparavant, il a créé l'agence de design produit Design Service, été directeur associé du cabinet de conseil Arion, directeur produit puis directeur marketing stratégique au sein du Groupe SEB, directeur marketing, design et communication de Peugeot Scooters, puis en charge de missions d'organisation (audit interne, lean) chez Automobiles Peugeot
- il est l'auteur d'ouvrages de stratégie, design management et marketing, développe des formations avec Science Po et intervient à HEC, ESCP, ICN et IFP
- il est l'un des membres fondateurs du Design Club
- informations complémentaires :
 - ▶ le site de cc&a. : www.cca-consulting.fr
 - ▶ le blog Auto-Stratégie : www.auto-strategie.com
 - ▶ le blog design4management : design4management.blogspot.fr
 - ▶ les publications récentes : [consulter](#)
- pour contacter Christophe Chaptal de Chanteloup :
 - ▶ P : + 33 6 22 64 46 05
 - ▶ M : christophe.chaptal@cca-consulting.fr

