

**- BOÎTE À OUTILS -**
COIN LECTURE**La gratuité, un concept aux frontières de l'économie et du droit**

Auteurs : Célia Zolynski & Nathalie Martial-Braz | Éditeur : L.G.D.J



Alors que nous vivons dans une société toujours plus mercantile, la question de la gratuité ne cesse d'être revendiquée de manière pourtant très différente selon qu'il s'agit de souligner son existence de principe ou au contraire de l'invoquer par opposition à une situation où règne l'onérosité. Que recèle cette notion de gratuité lorsqu'elle est saisie par le droit et

l'économie ? Existe-t-elle vraiment ? A-t-elle la même signification selon le domaine dans lequel elle est invoquée ? Enfin, quelle est la fonction de la gratuité ? D'éminents spécialistes de droit mais également d'économie se sont interrogés sur le concept de gratuité dans leur domaine de compétence afin d'en esquisser la définition. Sous leur plume, la gratuité se révèle parfois très différente de l'appréhension que l'on pouvait en avoir a priori. C'est le fruit de leur riche réflexion qui est livré ici de manière inédite.

E-branding

Auteur : Georges Lewi | Éditeur : Pearson



La stratégie d'une e-brand est-elle la même que celle d'une marque « traditionnelle » ? Quels sont les spécificités et critères de réussite de l'e-branding ? Des marques pure players comme LeBonCoin ou Amazon ne cessent de progresser. Quels sont leurs business models et comment répondent-elles à l'évolution des usages si efficacement ? De quelles

façons les entreprises offline peuvent-elles valoriser leur marque sur Internet et tirer leur épingle du jeu ? De la structure juridique à la réalité d'une marque sur la toile, en passant par l'e-storytelling, cet ouvrage est un véritable mode d'emploi : il explique notamment comment gérer et valoriser sa marque sur Internet, depuis le choix du nom à promouvoir, le ciblage, le lancement de la marque online, le référencement, le déploiement, jusqu'à la fidélisation des clients. Ancré dans la pratique et dans les cas, il donne aux professionnels de précieux conseils pour travailler la e-réputation de leur marque, pour consolider leur identité à travers un message unique, accroître leur notoriété, la démarquer de la concurrence et la rendre profitable. Un ouvrage qui sera utile autant aux créateurs et gestionnaires de sites ou de marques sur Internet (en e-commerce et m-commerce) qu'aux étudiants ayant besoin de fondements théoriques sur cette discipline émergente.

Bad buzz

Auteurs : Anthony Bakkine & Mounira Hamdi | Éditeur : Eyrolles



Comment soigner son image et gérer une crise en ligne quand la communication vacille entre une marque et ses publics ? Comment la marque doit-elle réagir face aux propos virulents d'une communauté mécontente sur les médias sociaux ? La digitalisation des marques et de leur communication a considérablement bouleversé l'attitude et les messages de

l'entreprise face à ses publics : consommateurs, influenceurs, blogueurs, fans Facebook, followers et bien d'autres. Peu d'entreprises peuvent encore prétendre pouvoir répondre de manière automatique et quasi-indifférente à une crise contemporaine. En quelques heures, une marque peut être confrontée à un phénomène de bad buzz sur les médias sociaux et voir l'ensemble de ses communications malmenées, critiquées, voire massivement déformées et relayées. Cet ouvrage répond à toutes les problématiques liées à la communication de crise digitale avec : de nombreux cas pratiques ; des témoignages et règles d'or d'experts de la communication et du digital ; des astuces juridiques.

Ne me dites plus jamais bon courage !

Auteur : Philippe Bloch | Éditeur : Ventana



Vous en avez marre d'être rabat-joie, de vivre triste, vous habiller triste, rêver triste ? Alors, arrêtez de parler triste ! La vie est belle, mais elle est courte. Chaque instant mérite d'être vécu intensément et apprécié à sa juste mesure. C'est possible, et il était temps de le rappeler. Découvrez dans ce « petit » lexique les douze expressions qui vous pourrissent la vie au quotidien sans même vous

en rendre compte, et apprenez à vous en débarrasser au plus vite. Cela fera du bien à tout le monde, et permettra d'économiser à la Sécurité Sociale des milliards d'euros en antidépresseurs. Mais surtout, cela libérera votre énergie et vous redonnera envie de l'avenir, infiniment plus excitant que vous ne le pensez. De refaire des projets, de rêver grand, de ne plus vous accrocher à un passé révolu. Avoir peur de tout ne sert à rien, ni à personne. Alors mettez à jour votre logiciel personnel et rejoignez le camp des optimistes ! Vous le verrez, le bonheur est contagieux et il est à portée de mots...