

1. Record Nr.	UNINA9910136988503321
Autore	Bonin Hubert
Titolo	Banque et identité commerciale. La Société générale (1864-2014) // Hubert Bonin
Pubbl/distr/stampa	Villeneuve d'Ascq, : Presses universitaires du Septentrion, 2016
ISBN	2-7574-0652-3 2-7574-1419-4
Descrizione fisica	1 online resource (292 p.)
Soggetti	History Economics (General) banque communication image de marque publicité promotion commerciale relation clients stratégie capital immatériel services marketing
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Le thème de la stratégie, de la combativité, de l'identité commerciales constitue un levier essentiel de la perception des banques dans leur mouvement dynamique, dans la construction de leur champ d'action depuis le dernier tiers du xixe siècle. On appréhende les pulsations des initiatives destinées à prendre en compte les mutations de la société, des méthodes de communication, des savoir-faire bancaires. Chaque chapitre concerne à la fois l'histoire bancaire « pure » et la vie d'une entreprise et d'une organisation de firme dans son évolution à moyen terme. Une démarche comparative est sans cesse favorisée. La

pénétration au plus intime de l'action commerciale, à tous niveaux, sert de tremplin à une représentation positive du corpus de méthodes des « agents » de la progression des positions commerciales. Les chapitres alimentent la compréhension des savoir-faire en publicité, en communication commerciale et en communication institutionnelle, avec des études de cas précises. La représentation de la firme, la cristallisation de son image de marque, la perception de son identité institutionnelle et commerciale sont autant de thèmes d'étude pour chaque période considérée. Cela permet de traiter des aspects de la réactivité et de la mobilité managériales, thèmes clés dans la perception des « vertus » d'une société. En sus de la lecture d'énormes fonds d'archives, une trentaine de témoignages ont été recueillis auprès d'acteurs récents, la presse professionnelle a été dépouillée, et des dizaines de documents publicitaires sont analysés.
