

1. Record Nr.	UNINA9910416473003321
Autore	Baz Illel Kieser'l
Titolo	Du lien marchand : Comment le marché fait société / / Franck Cochoy
Pubbl/distr/stampa	Toulouse, : Presses universitaires du Midi, 2019
ISBN	2-8107-1038-4
Descrizione fisica	1 online resource (402 p.)
Altri autori (Persone)	Brunolsabelle CallonMichel CalvignacCédric CochoyFranck CollSami DevilleJoe GaertnerLaure KessousEmmanuel KjellbergHans MallardAlexandre McFallLiz MelletKevin RaimondÉlodie Winnepenninckx-KieserJacqueline
Soggetti	Internet marketing Marketing - Social aspects Economics - Sociological aspects Selling Online social networks Social media
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Contrairement à ce que l'on croit souvent, le marché ne fait pas que dissoudre des liens mais en crée de nouveaux. Partout, communautés

de clients, sites de rencontre, régulations marchandes, cartes de fidélité, cadeaux d'entreprise, associations professionnelles, outils du marketing viral, réseaux sociaux électroniques, contrats commerciaux, inventent et font proliférer des formes de liens inédites à partir de la rencontre entre les partenaires de l'échange. Il convient donc d'étudier comment le marché « fait » et « défait » société, et donc « refait » cette dernière, et d'explorer in fine les conséquences de telles transformations. Tel est le programme suivi par l'ouvrage, en trois volets. Le premier fournit des cadres d'analyse et des exemples pour mieux penser et comprendre la façon dont le lien s'inscrit au cœur du marché. Le second volet explore les différentes facettes du marketing du lien, d'abord sur Internet, avec toutes les techniques du marketing viral ou de la captation marchande des « blogueurs », puis sous d'autres formes, qui vont des techniques classiques de fidélisation à l'usage des cadeaux comme moyen de développer les relations commerciales. Enfin, le troisième volet porte sur les relations étonnantes qui se nouent entre lien, affect et marché, du côté de l'assurance-vie et du crédit, mais aussi de l'accueil et de la détention des objets marchands dans notre vie intime, voire de la formation des liens amoureux.
