

Le Marketing Identitaire de Galatée Faivre

G. Faivre est consultante spécialisée en marketing du vin et son ouvrage en préparation pourrait bien devenir un must pour les viticulteurs Français.

"Ce n'est pas le budget aujourd'hui qui fait la force d'un message, c'est son sens"

"Le nouveau monde a été une idée forte, dynamisons celle de l'ancien monde"

"Quand l'opérationnel ne respecte plus la stratégie, c'est l'ensemble qui s'effondre"

De telles phrases redonnent l'espoir : ce marketing veut extirper les vins français de leur masse fourmillante en abandonnant la sempiternelle routine de messages annonçant sans cesse les mêmes couplets.

Le marketing identitaire vise, en effet, à créer UNE identité forte, originale et surtout "différenciante" d'un vin puis à la constituer en référence permanente, depuis la fabrication jusqu'à l'arrivée sur la table du consommateur, lui-même soigneusement ciblé.

Ce dernier, grâce à l'image très claire et cohérente, verra son achat comme une évidence... qui lui simplifiera la vie au moment, crucial, du choix.

"Le marketing identitaire du vin. Rapport sur l'ADN de la marque"
Galatée Faivre – Editions Feret



BNP PARIBAS
WEALTH MANAGEMENT