



www.editions-kawa.com

des livres et ebook innovants !

Ils ont pensé le futur :

web social, marketing, e-commerce...

Pauline Duffour-Wagnier et Henri Kaufman

Business is digital

C'est le moment !

Emmanuel Fraysse

Le marketing de l'incertain

Méthode agile de prospective par les signaux faibles
et les scénarios dynamiques

Philippe Cahen

Comment planter réussir son site e-commerce - 2e édition

Thomas Bourghelle et Jean-Philippe Wozniak

Imagin'nation.com

L'innovation à l'ère des réseaux sociaux

Brice Auckenthaler

Les dessous du Web The inside story of the Web

Bertrand Jouvenot

La Créative Attitude

Nous sommes tous créatifs !

Henri Kaufman

La Sérendipité

Le nouveau style de vie sur Internet... et ailleurs

Henri Kaufman

La tranformation numérique

Les 7 clés pour changer votre entreprise

Philippe Colin

www.editions-kawa.com

Collection Les fondamentaux du Web et du Marketing - Dirigée par Henri Kaufman

La communication digitale expliquée à mon boss

Pierre-Philippe Cormeraie, Directeur de l'Innovation BPCE, Blogueur depuis 2006,
@PPC sur Twitter

« Si vous avez acheté ce livre, vous devriez vous le faire rembourser ! »

« Non par les auteurs ou l'éditeur de cet ouvrage, mais par votre entreprise. Pourquoi ? Parce que vous avez entre les mains l'ouvrage qui va vous permettre, de manière très concrète, de contribuer significativement à la réussite de votre entreprise en matière de communication digitale ».

Dominique Delport, Global Managing Director de Havas Média Group et Président
Havas Média France

« Merci aux auteurs de ce livre de faciliter avec pugnacité ce difficile et indispensable transfert de connaissance. Vous l'avez compris, le digital, c'est l'air que l'on respire, omniprésent et indispensable. Je ne doute pas que cet ouvrage vous ait apporté une vraie bouffée d'oxygène et d'optimisme. C'est pour ma part ce que j'essaie de transmettre dans toutes les organisations que j'ai dirigées, comme Yann Gourvennec et Hervé Kabla dans leurs travaux ».



Yann Gourvennec a une riche expérience internationale en marketing, maîtrise d'ouvrage et systèmes d'information. Il a créé le site visionarymarketing.com en 1996 ; depuis, il pratique la stratégie Web, le e-business et la communication sur le Web, avec près de 10 ans exercés en tant que directeur digital et médias sociaux. Il est membre co-fondateur (avec Hervé Kabla) et Président de Media Aces, l'association française pour le développement des médias sociaux en entreprise. @ygourven



Hervé Kabla Hervé Kabla, blogueur et polytechnicien (X84), dirige Be Angels, agence digitale spécialiste des médias sociaux, qui accompagne les entreprises dans la déclinaison de leurs stratégies marketing et communication sur les médias sociaux. Parmi ses clients : Yoplait, MMA, Habitat, MSD, la Française des jeux, Orange, etc. @hervekabla - @mediaaces

ISBN : 978-2-918866-78-7



9 782918 866787



www.editions-kawa.com

Prix : 34,90 € TTC

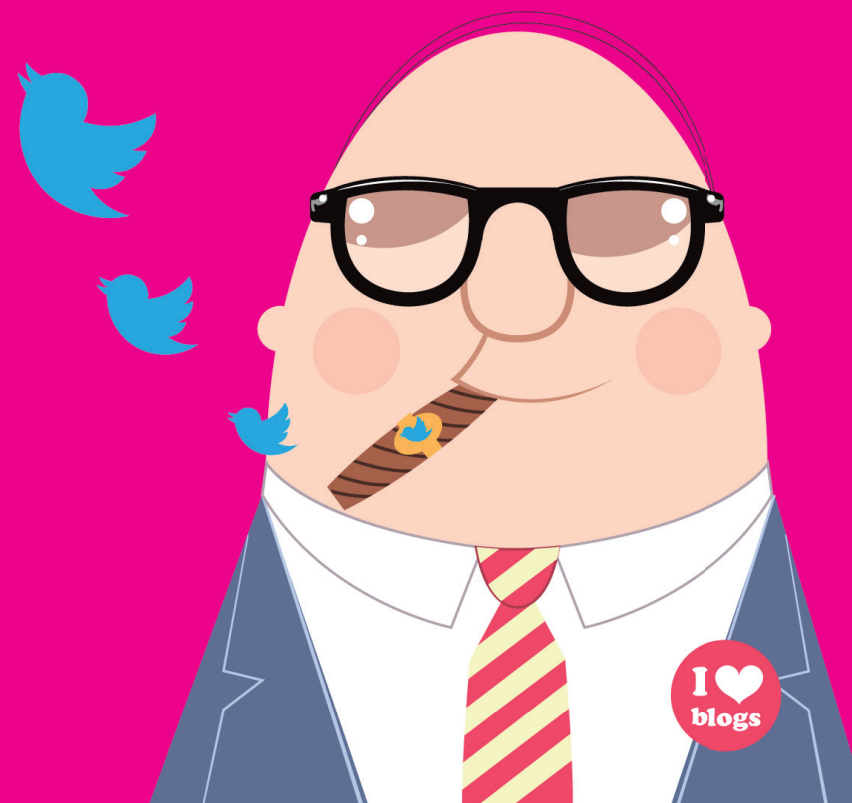


La Communication digitale expliquée à mon boss

Editions KAWA

Collection Les fondamentaux du Web et du Marketing - Dirigée par Henri Kaufman

LA COMMUNICATION DIGITALE EXPLIQUÉE À MON BOSS



**Hervé Kabla &
Yann Gourvennec**

<http://amonboss.com>



www.editions-kawa.com



www.editions-kawa.com

des livres et ebook innovants !

Les médias sociaux expliqués à mon boss

Par ceux qui en font et pour ceux qui aimeraient (mieux) en faire
Hervé Kabla et Yann Gourvennec de Média Aces

Médias sociaux et B2B

Un mariage d'amour ?

Hervé Kabla et François Laurent

L'Absolu Marketing

Web. 3.0, Big Data, Neuromarketing...

Bruno Teboul et Jean-Marie Boucher

La marque face à la révolution client

Les nouveaux piliers du Marketing

Yan Claeysen

Les Marques et les Réseaux Sociaux

Intégration Marketing des Réseaux Sociaux par les entreprises

Paul Cordina

Les médias sociaux, sans bla bla

De l'e-Réputation au Social CRM

François Laurent et Alain Beauvieux

L'Acquisition et la Fidélisation online

Hervé Bloch

La marque face aux bad buzz

Anticiper et gérer les crises sur les médias sociaux

Ronan Boussicaud et Antoine Dupin

La fin de la consommation linéaire

Les consommateurs deviendraient-ils des Zèbres ?

Jean-Marc Vauguier

www.editions-kawa.com