



Le marketing de l'adaptation : le bricolage de la pensée

De Michel Hébert (L'Harmattan, avril 2014).

Michel Hébert, fondateur de NO-LOGIC Consulting, distille au fil des pages de son dernier ouvrage 11 grands principes du « bricolage de la pensée » pour réintégrer l'intuition, l'opportunisme et l'expérimentation dans les entreprises. Des valeurs qui ont permis le succès que l'on connaît à Google, Picard ou Swatch. Le bricoleur, celui qui ne sait rien et va donc constamment inventer, a en effet selon l'auteur une aptitude à tirer parti des difficultés qui naissent de l'incertitude et donc du besoin de s'adapter en permanence. À l'instar des scientifiques, les marketeurs doivent avoir le courage de tâtonner, de douter, de tester des hypothèses pour faire émerger de nouvelles solutions. Une approche du marketing qui s'inscrit dans une logique stratégique plus vaste d'adaptation à l'imprévisible : d'après une étude Limelight 2013, 97 % des décideurs pensent qu'il faut ériger la souplesse, l'agilité, la flexibilité, la réactivité et la vitesse en valeurs essentielles de l'entreprise.

Comité scientifique

Hervé Borensztein : Directeur chez Karistem Consulting. **Frank Bournois** : Pr et directeur du CFFOP à l'Université Panthéon-Assas (Paris 2) et Pr à l'ESCP-EAP. **Nuria Chinchilla** : Pr à l'IESE Business School, université de Navarre, Espagne. **Bernard Cova** : D^r en sciences de gestion, Pr à Euromed Marseille – École de Management. **Laurent Criou** : directeur, The Leadership Elements (Singapour). **Rodolphe Durand** : Pr de management stratégique à HEC Paris. **Sophie Faure** : directrice services & développement – EDF Formation Management Gestion. **Pierre-Yves Gomez** : Pr de stratégie à l'EM Lyon. **Nigel Holden** : Pr au Centre for International Business University of Leeds (CIBUL). **Mark Kuo** : Partner & Chief Counsel, Gobi Partners, Shanghai. **Laurent Maruani** : directeur de l'Institut Stratégies Industrielles, Pr d'économie et de marketing à HEC Paris. **Langdon Morris** : associé de InnovationLabs et Pr à l'université de Pennsylvanie (États-Unis). **Amit S. Mukherjee** : D^r en business administration et co-fondateur de Ishan Advisors. **Evalde Mutabazi** : Pr de management des ressources humaines à l'EM Lyon. **Thierry Picq** : Doyen Associé aux innovations pédagogiques et Pr de management et ressources humaines à l'EM Lyon. **Navi Radjou** : directeur exécutif du Centre for India & Global Business à la Judge Business School. **Jean-Florent Réolle** : Partner, Head of Valuation & Strategic Finance chez KPMG Corporate Finance. **Philippe Le Roux** : DG de Key People. **Taco Van Someren** : titulaire de la chaire Durabilité et Innovation Stratégique de l'Université Nyenrode (Pays-Bas). **René Tissen** : Pr de management à l'Université Nyenrode (Pays-Bas). **Audrey Trotureau** : Responsable du Service Rédaction, Direction de la Communication, Crédit Mutuel Arkea.