

Parution de l'ouvrage « Marketing pour Ingénieurs » - Ed. DUNOD

Le métier d'ingénieur évolue vers une intégration croissante des problématiques marketing. A ce jour, aucun ouvrage de marketing dédié aux ingénieurs et à leurs problématiques n'existait. D'où la parution, chez Dunod, d'un ouvrage spécifique.

« Dans l'entreprise, tant qu'on n'a pas vendu, rien n'est fait ! Tout ce qui précède ne prend sens et ne se justifie qu'au moment de la vente et cela, trop de jeunes ingénieurs l'ignorent ou l'oublient ! » explique H. Biaisser (Centrale Paris) dans sa préface de l'ouvrage. Et, en effet, le succès d'une nouvelle offre technologique ne peut plus reposer uniquement sur sa supériorité technologique mais doit apporter de la valeur au client (on pense au Rafale, à Areva a contrario d'Apple).

Dans un contexte d'incertitudes (commerciales, technologiques, concurrentielles) de plus en plus fortes, à des coûts de R&D et de production élevés, à des cycles d'innovation de plus en plus rapides : **L'ingénieur doit devenir (aussi) un manager !**

Alain Goudey témoigne en effet que « grâce à la formation que j'ai suivie et à mes métiers actuels, j'ai pu constater l'aisance que pouvait apporter une double formation ingénieur/manager dans le domaine TIC. Ce livre vise à transmettre cette expérience en l'élargissant à tous les métiers d'ingénierie mais en focalisant sur la dimension « marché » de l'entreprise, à savoir le marketing ».

Gaël Bonnin ajoute : « nous avons alimenté cet ouvrage avec des exemples issus de nombreuses industries (IT, pharmacie, chimie, mécanique, automobile, etc.) pour soutenir la présentation des outils, concepts et méthodes du marketing. Nous espérons que cela aidera les ingénieurs à ajouter à leur expertise technologique une dimension stratégique, et leur permettra d'augmenter les chances de succès et la rentabilité des offres qu'ils développeront ».



A propos des auteurs

Alain Goudey est professeur associé de marketing à Reims Management School et chercheur associé au laboratoire CNRS UMR7088 DRM-DMSP de Paris-Dauphine. Il est également associé fondateur de l'agence de communication sonore et de design musical AtooMedia (<http://www.atoomedia.com>).

Diplômé en 2001 de TELECOM Ecole de Management (ex- INT Management) et d'une maîtrise en sciences de gestion, il obtient un doctorat ès sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine en 2007. Pour plus d'informations : <http://alain.goudey.eu>

Gaël Bonnin a rejoint l'EDHEC Business School en 2002, après avoir enseigné au sein de Télécom Ecole de Management. Il y enseigne le marketing à la fois en formation initiale (Master of Science) et en formation continue (executive-mba, formations sur mesure pour diverses entreprises).

Gaël Bonnin est également chercheur au sein du pôle de recherche en marketing de l'EDHEC, InteraCT, dont le thème de recherche principal est la création de valeur pour les clients. Il est titulaire d'un doctorat en sciences de gestion, obtenu en 2000 au sein du CERMAB (Centre de Recherche en Marketing de Bourgogne),

Contacts

- **Alain Goudey** – alain.goudey@reims-ms.fr
- **Gaël Bonnin** – gael.bonnin@edhec.edu