

# SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	9
--------------------	---

## LE LIEN AU CŒUR DU MARCHÉ

### CHAPITRE I

LA SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE RELATIONNISTE <i>Franck Cochoy</i> .....	19
--	----

### CHAPITRE II

QUAND S'ASSOCIER, C'EST CONCOURIR. LES PARADOXES DE LA « COOPÉTITION » <i>Isabelle Bruno</i> .....	55
--	----

### CHAPITRE III

CADRER ET ENCADRER LA VENTE. RÉFLEXION SUR L'AVENIR DES RELATIONS INTERPERSONNELLES DANS UNE SOCIÉTÉ D'ORGANISATIONS COMMERCIALES <i>Alexandre Mallard</i> .....	81
---	----

### CHAPITRE IV

COMMENT S'ORGANISE LA PRODUCTION D'INNOVATION EN PUBLICITE ? LE « TEAM CRÉATIF » : ÉTUDE D'UN APPARIEMENT SINGULIER. <i>Laure Gaertner</i> .....	107
---	-----

### CHAPITRE V

LA FIBRE COMMUNAUTAIRE DU LIEN MARCHAND <i>Cédric Calvignac</i> .....	125
--	-----

## LE MARKETING DU LIEN

### CHAPITRE I

CONTAGION, INFLUENCE, COMMUNAUTÉ. PETITE SOCIO-ÉCONOMIE DES AGENCES DE SOCIAL MEDIA MARKETING <i>Kevin Mellet</i> .....	151
---	-----

### CHAPITRE II

LE TRAVAIL DU LIEN ENTRE L'ENTREPRISE ET SES CLIENTS SUR INTERNET : LA SOCIALISATION DES CLIENTS À LA MARQUE SUR LES BLOGS <i>Élodie Raimond</i> .....	175
---	-----

**CHAPITRE III**

LE MARKETING RELATIONNEL ET LE LIEN MARCHAND : LE CAS  
DES CARTES DE FIDÉLITÉ SUISES  
*Sami Coll* ..... 197

**CHAPITRE IV**

LA LECTURE ANTHROPOLOGIQUE DU CADEAU EN MARKETING :  
UNE APPROCHE MULTIDIMENSIONNELLE DU LIEN MARCHAND  
*Jacqueline Winnepenninckx-Kieser et Illel Kieser'l Baz* ..... 219

**LIEN, AFFECT ET MARCHÉ**

**CHAPITRE I**

UN « BON GARS » : L'IMPORTANCE DES LIENS SOCIAUX ET DES  
SOCIABILITÉS DANS LA PROMOTION DE L'ASSURANCE-VIE  
*Liz McFall* ..... 243

**CHAPITRE II**

SÉLECTION ET « COLLECTION » : LE RECOUVREMENT ET LA  
RÉGÉNÉRATION DES ATTACHEMENTS MARCHANDS  
*Joe Deville* ..... 273

**CHAPITRE III**

MOI, MA THUNDERBIRD ET LES AUTRES : UNE AFFAIRE  
DE COLLECTION  
*Hans Kjellberg* ..... 295

**CHAPITRE IV**

DES LIENS MARCHANDS AU LIEN AMOUREUX. LE MARCHÉ DE  
LA RENCONTRE SUR INTERNET  
*Emmanuel Kessous* ..... 321  
POSTFACE  
*Michel Callon* ..... 343

**RÉFÉRENCES** ..... 363

**LES AUTEURS** ..... 397