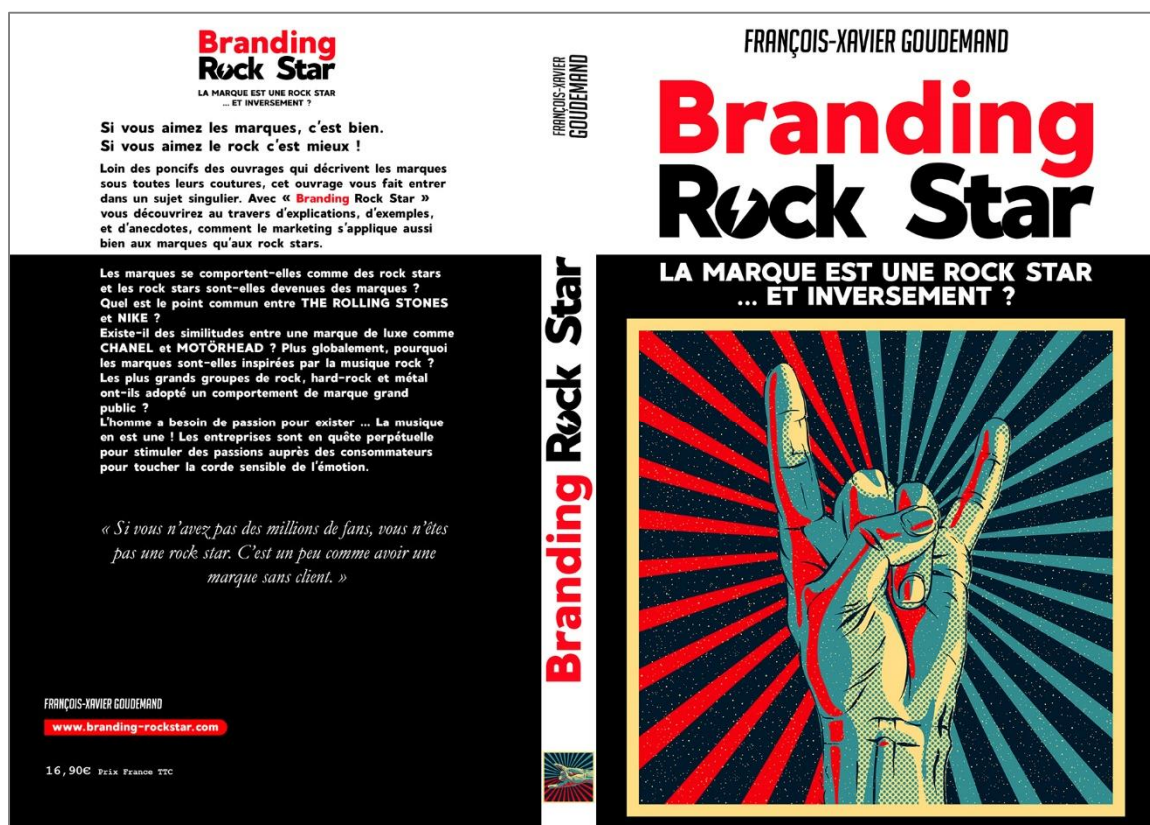


# Communiqué de presse

04.02.2020

Information presse 2020,



François-Xavier GoudeMAND publie son nouveau livre « **Branding Rock Star : LA MARQUE EST UNE ROCK STAR ... ET INVERSEMENT ?** ».

**Voici le premier livre de marketing des marques le plus rock n'roll de la décennie.** Loin des poncifs des ouvrages qui décrivent les marques sous toutes leurs coutures, cet ouvrage vous fait entrer dans un sujet singulier. Vous découvrirez au travers d'explications, d'exemples et d'anecdotes, comment le marketing s'applique aussi bien aux marques qu'aux rock stars. Il est le seul livre capable de croiser la stratégie disruptive de la marque TESLA avec le positionnement innovant de JIMI HENDRIX, de comprendre pourquoi les marques de luxe utilisent la musique de LED ZEPPELIN en publicité, d'appréhender des co-branding comme celui de METALLICA avec BILLABONG, d'expliquer l'importance des couleurs pour les marques comme pour les rock stars jusqu'à décortiquer les créations de logos et le choix du nom. Enfin, les parallèles et les croisements sont aussi largement décrits dans les approches digitales (réseaux sociaux, par exemple) tout comme dans le déploiement de produits avec le merchandising. Dans la dernière partie du livre, deux interviews exclusives expliquent comment des rock stars ont lancé leur propre marque d'alcool (exemple : Whisky MOTÖRHEAD, Bières MEGADETH, IRON MAIDEN, etc.). Bref, ce livre pas comme les autres est à la fois très sérieux sur le plan marketing et très riche en références musicales.

**A la lecture de cet ouvrage**, vous pourrez répondre aux questions comme « Les marques se comportent-elles comme des rock stars et les rock stars sont-elles devenues des marques ? Quel est le point commun entre THE ROLLING STONES et NIKE ? Existe-il des similitudes entre une marque de luxe comme CHANEL et MOTÖRHEAD ? Pourquoi les marques sont inspirées par la musique rock ? Le côté émotionnel de la musique rock est-il une source d'inspiration pour toutes les marques partant à la conquête des clients en mal de sensation ? Comment certaines rock stars ont développé des extensions de marques en leur nom ? ».

Vous avez même le droit à **une belle surprise à la fin de ce livre** avec 80 noms de rock expliqués allant d'AC/DC, en passant par FOO FIGHTERS, LED ZEPPELIN, QUEEN, U2, jusqu'à METALLICA, OVERKILL ou RADIOHEAD.

### A propos de l'auteur

François-Xavier Goudemand (Master en Management ESSEC, MBA Marketing Commerce sur Internet EMLV, ESC Amiens) a plus de 20 ans d'expérience de Direction marketing & communication dans différents secteurs. Il a participé activement à la création et au rebranding de 16 marques BtoC et BtoB. Il est auteur d'un précédent ouvrage de référence s'intitulant « *Comment créer une marque bankable ?* » (2018- Editions Ellipses). Il écrit régulièrement des chroniques et tribunes au sein des journaux et revues spécialisées sur les sujets du branding et de la digitalisation des marques. Il est intervenant au sein de plusieurs grandes écoles sur le web-marketing et les marques.

... Mais surtout et avanttout, il est passionné par la musique rock, hard rock et heavy métal depuis son enfance. D'ELVIS à IRON MAIDEN en passant par METALLICA, MOTÖRHEAD, VOLBEAT, RHCP, QUEEN, GUNS N'ROSES et KORN, la culture rock est dans ses gènes ! Il a même une petite pointe d'idolâtrie pour le batteur Mike PORTNOY. Il est aussi un membre du Metal Social Club, le 1er réseau d'entrepreneurs et de créateurs en France, unis par la passion de la musique métal et sa culture.

Il mêle dans cet ouvrage à la fois son expertise du marketing des marques et sa passion pour la « musique du diable ». 🖱



268 pages / Prix livre broché : 16,90 € / Prix format Kindle : 9,99 € / Parution le 04 février 2020

En savoir plus : <http://www.branding-rockstar.com/> / Twitter : [#brandingRS](https://twitter.com/brandingRS)

Contact : [fxg.brandingrock@gmail.com](mailto:fxg.brandingrock@gmail.com)