

4.3	Mix-Marketing et vente	148
4.4	Service et procédures	149
5.	<i>Soulager la pauvreté et encourager l'entrepreneuriat</i>	150

CHAPITRE 9

En route vers le développement durable	151
1. <i>Trois approches du développement durable</i>	152
1.1 DuPont, l'innovateur	152
1.2 Wal-Mart, l'investisseur	155
1.3 Timberland, le diffuseur	157
2. <i>La collaboration entre l'innovateur, l'investisseur et le diffuseur</i>	159
3. <i>La gestion durable de la chaîne de valeur</i>	160
4. <i>Le marketing vert cible les communautés</i>	163
4.1 Une approche commerciale du marché vert	163
4.2 Une segmentation compréhensive d'un marché vert	166
5. <i>Développement durable et économie sociale</i>	168
6. <i>L'innovation écologique au développement durable</i>	169

CHAPITRE 10

Agir ensemble	171
1. <i>Les dix commandements du Marketing 3.0</i>	172
2. <i>Deux dangers</i>	172
2.1 Le Marketing 3.0 exige cohérence et transparence	173
3. <i>Commandement 1 : Aimez vos clients, respectez vos concurrents</i>	174
4. <i>Commandement 2 : Soyez sensibles au changement, soyez prêts à vous métamorphoser</i>	176
5. <i>Commandement 3 : Défendez votre nom, clarifiez votre identité</i>	177
6. <i>Commandement 4 : Les clients sont tous différents, adressez-vous en premier à ceux que vous pouvez satisfaire au mieux !</i>	177