

LES DOSSIERS

GRANDE CONSO



Intermarché Nemours (Seine-et-Marne)

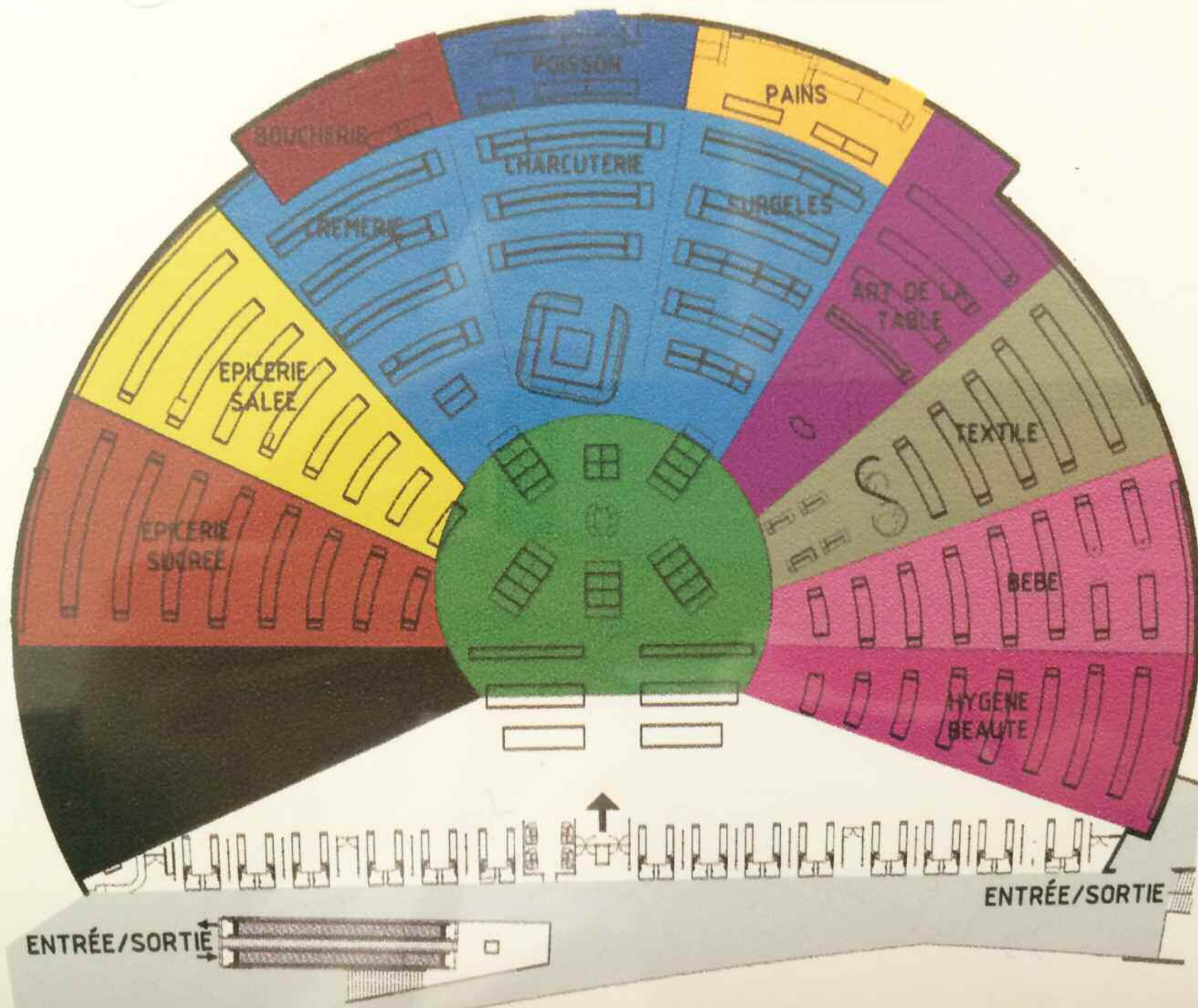
[OCTOBRE 2015]



« ENTREE »

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS













Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

Démographie – Emploi – Epargne – Inflation
Pouvoir d'achat – Indicateurs macro-éco
Achats des ménages – Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.



Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

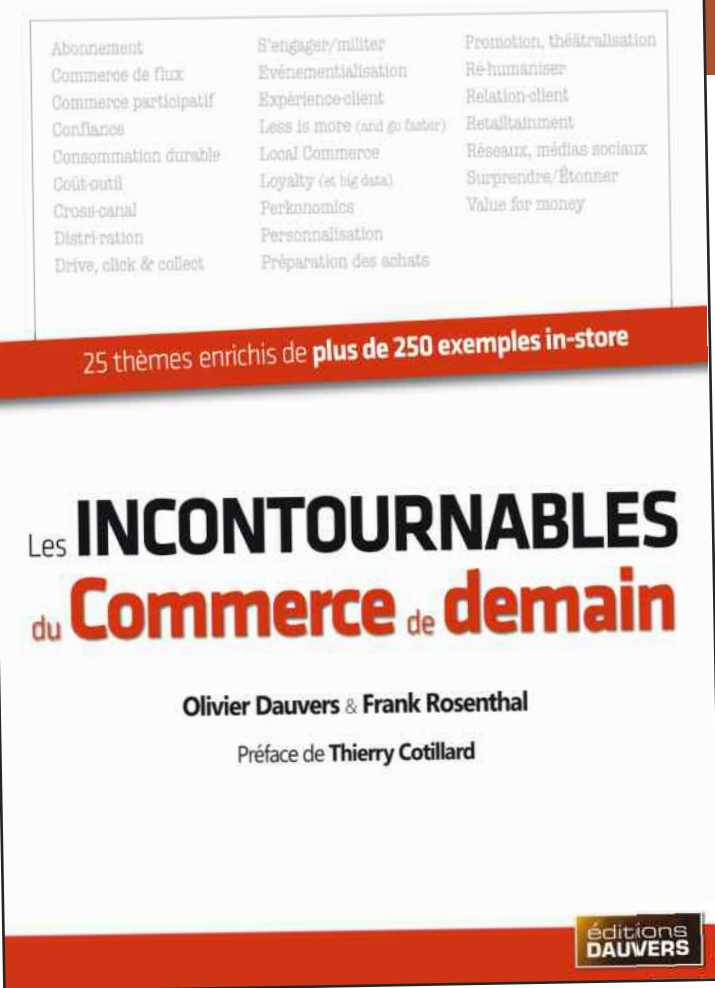
olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS









308 pages, 32 €

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre :
romain.molay@editionsdauvers.fr

VIENT DE PARAÎTRE

éditions
DAUVERS

Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu de la consommation a succédé en effet une phase de flatitude durable. Pas nécessairement une croissance zéro, mais notablement plus faible que dans les décennies précédentes. En parallèle, l'offre commerciale ne cesse de se développer, tant off-line qu'on-line.

Imaginer le commerce de demain peut se résumer en une question : **QUE METTRE EN ŒUVRE POUR ÊTRE PRÉFÉRÉ ?** Quels sont les thèmes incontournables qu'il est nécessaire d'investiguer ? Nous en avons retenu 25 qui s'articulent en quatre ambitions : assurer ses fondamentaux, intégrer la révolution digitale, créer la différence et anticiper sur les filons de demain. Ces quatre ambitions étant, dans notre vision, le préalable à toute préférence.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

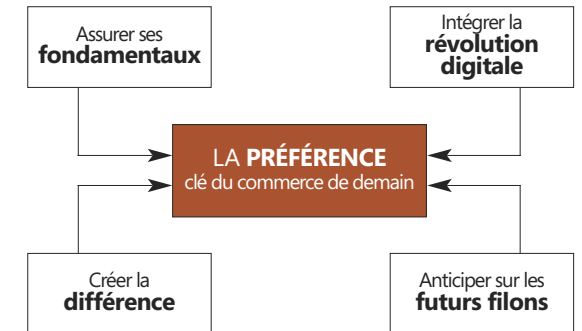
Un GUIDE FACILE À UTILISER

Pour chaque thème,
une approche théorique
(Ce que c'est ? Pourquoi
c'est important ?
Quels défis ? etc.)
et des exemples
pour alimenter votre
propre réflexion.



Les 25 INCONTOURNABLES

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| Confiance | Commerce participatif |
| Coût-Outil | Cross-canal |
| Expérience client | Drive, Click & collect |
| Loyalty (et big data) | Préparation des achats |
| Promotion, théâtralisation | Réseaux, médias sociaux |
| Value for money | |



- S'engager/militer
Perkonomics
Personnalisation
Relation client
Événementialisation
Retailtainment
Surprendre/Étonner

- Abonnement
Commerce de flux
Consommation
et développement durable
Distri-ration
Less is more (and go faster)
Local commerce
Réhumaniser



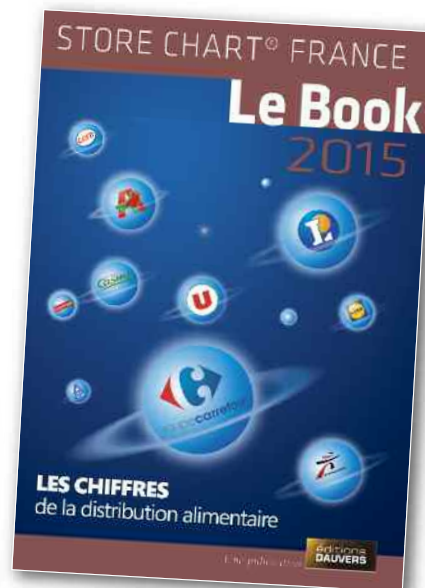
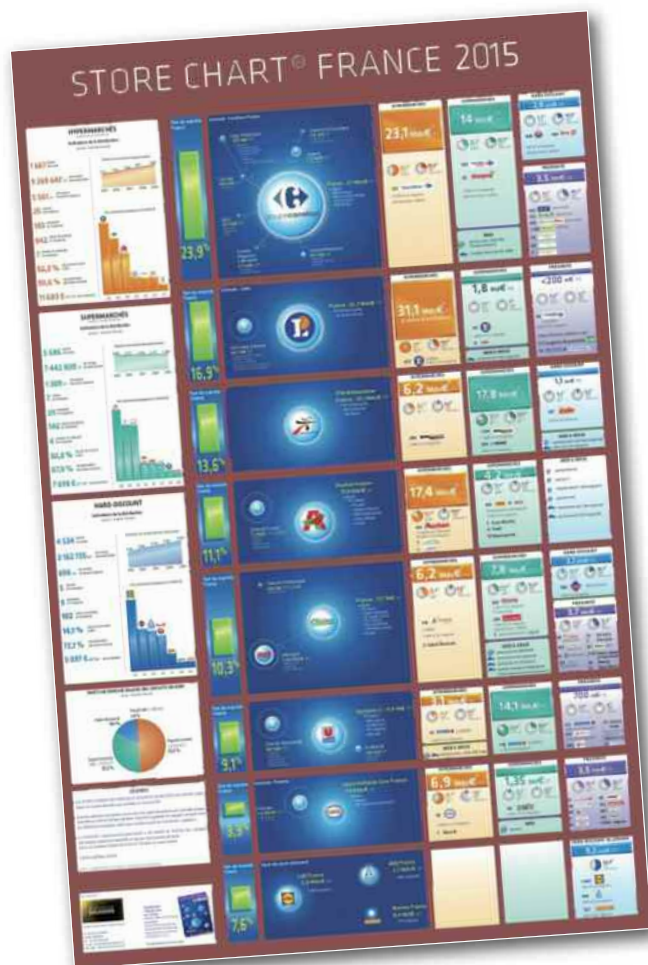








STORE *CHART France* édition 2015



Pratiques, efficaces et structurés,
l'Affiche et le Book
STORE CHART FRANCE
sont deux outils indispensables pour
tout connaître de la
distribution alimentaire.

Et toujours avoir les chiffres clés du
secteur et des enseignes
sous la main !













VIENT DE PARAÎTRE

éditions
DAUVERS

Les 25 INCONTOURNABLES

Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerce de flux	Événementialisation	Réhumaniser
Commerce participatif	Expérience-client	Relation-client
Confiance	Less is more (and go faster)	Retailtainment
Consommation durable	Local Commerce	Réseaux, médias sociaux
Coût-outil	Loyalty (et big data)	Surprendre/Étonner
Cross-canal	Perkonomics	Value for money
Distribution	Personnalisation	
Drive, click & collect	Préparation des achats	

25 thèmes enrichis de **plus de 250 exemples in-store**

Les INCONTOURNABLES du Commerce de demain

Olivier Dauvers & Frank Rosenthal

Préface de Thierry Cotillard

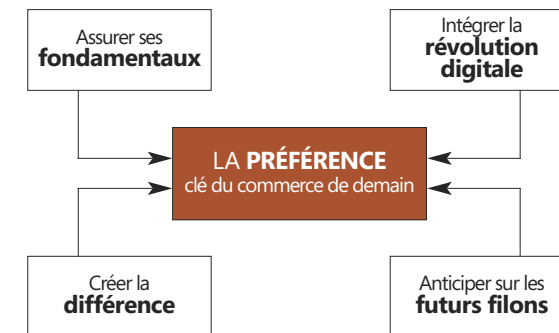
éditions
DAUVERS

Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu de la consommation a succédé en effet une phase de flatitude durable. Pas nécessairement une croissance zéro, mais notablement plus faible que dans les décennies précédentes. En parallèle, l'offre commerciale ne cesse de se développer, tant off-line qu'on-line.

Imaginer le commerce de demain peut se résumer en une question : **QUE METTRE EN ŒUVRE POUR ÊTRE PRÉFÉRÉ ?** Quels sont les thèmes incontournables qu'il est nécessaire d'investiguer ? Nous en avons retenu 25 qui s'articulent en quatre ambitions : assurer ses fondamentaux, intégrer la révolution digitale, créer la différence et anticiper sur les futurs filons.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| Confiance | Commerce participatif |
| Coût-Outil | Cross-canal |
| Expérience client | Drive, Click & collect |
| Loyalty (et big data) | Préparation des achats |
| Promotion, théâtralisation | Réseaux, médias sociaux |
| Value for money | |



- S'engager/militer
Perkonomics
Personnalisation
Relation client
Événementialisation
Retailtainment
Surprendre/Étonner

- Abonnement
Commerce de flux
Consommation et développement durable
Distri-ration
Less is more (and go faster)
Local commerce
Réhumaniser

Un GUIDE FACILE À UTILISER

Pour chaque thème,
une approche théorique
(Ce que c'est ? Pourquoi
c'est important ?
Quels défis ? etc.)
et des exemples
pour alimenter votre propre réflexion.



308 pages, 32 €

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre :
romain.molay@editionsdauvers.fr







Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle
L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

w w w . o l i v i e r d a u v e r s . f r