

LES DOSSIERS

GRANDE CONSO



Dans les allées du nouveau **Ikéa Orléans (45)**
avec Christine Frick, directrice du magasin

[AOÛT 2016]

Adhérez, c'est gratuit !

s avantages sur IKEA.fr/IKEA_FAMILY



LA PATRONNE

A 54 ans, Christine Frick (ici à côté de François Bonneau, président de la région Centre Val de Loire) a déjà 30 ans de "maison" derrière elle. Directrice de magasin depuis 12 ans, elle a dirigé Metz avant d'ouvrir Caen en 2011 (le numéro 29) puis Orléans en 2016 (le numéro 33).

La visite commentée par Christine Frick, dans les pages suivantes.





“ D’un magasin à l’autre, l’offre est identique (ici 8 250 réfs.). En revanche, chaque magasin a la liberté de ses « ambiances ». C’est bien la manière dont on met les produits en avant qui va donner l’esprit du magasin. Ici, à Orléans, on assume d’avoir des styles et des partis pris très marqués. ”







“ Il y a 44 espaces aménagés dans le magasin, dont 13 sont directement inspirés de l’habitat local. Nous reprenons alors ce que nous avons vu dans nos visites de logements dans la région. Ca peut être sous forme de photos en trompe l’œil, d’organisation de l’espace, de réponse à des spécificités locales (les fenêtres ou les escaliers par exemple). En tous cas, ça donne des mises en scène qui nous n’aurions pas faites ailleurs. ”









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



“ Ikea se végétalise ! Dans nos visites de logements dans la région, c’est quelque chose qui nous a marqué : les habitants végétalisent beaucoup leur intérieur. Donc nous aussi à Orléans.”





ENERG 95
A
44.1

569€

METOD/
BODBYN
1841,62C

7.90€

1375,00€
131,67€

GRILLERA
1099€



“ A nous d’être créatif pour nos clients pour leur apporter des solutions auxquelles ils ne penseraient peut-être pas... Ici, avec deux étendoirs à linge, on a fait un porte-vélo ! ”



Étagère
LERBERG

60x148 cm gris foncé

14,95€

dont éco-participation 0.46€



“ Si les petits prix sont bien mis en avant (et pas cachés), il y a peu de promo dans un magasin Ikea. C’est volontaire. Peut-on vraiment avoir la confiance de ses clients avec des prix qui varient tout le temps ? Et parfois dans de grandes proportions... En revanche, nous avons des prix en baisse. Mais, dans ce cas, c’est une baisse durable. Pas ponctuelle. ”



PRIX BAISSÉ

Ancien prix du 01/01 au 01/07/2016,
hors promotions et IKEA FAMILY.

Cadre RIBBA

40x50 cm noir

- ▶ Le passe-partout fait ressortir la photo et rend l'encadrement plus facile.
- ▶ Passe-partout au Ph neutre; ne risque pas de décolorer l'image.

9€

Ancien prix : 10€



PRIX BAISSÉ

Prix baissés. Qualité conservée. Quel est le secret ?

C'est simple. En produisant en grande quantité, avec une conception intelligente et des emballages plats, nous pouvons maintenir nos coûts bas. De cette façon, nous continuons à offrir des produits à prix abordables sans faire de compromis sur la qualité.



" C'est un nouveauté chez Ikea : nous nous adressons désormais aussi clairement aux commerçants pour l'équipement de leurs espaces. A Orléans, nous avons ainsi reconstitué un restaurant, une boutique textile, une agence immobilière et une chocolaterie. Tout avec des produits Ikea naturellement ! "





Mettre en valeur vos produits, c'est augmenter la valeur de vos ventes

Les bonnes solutions de présentation attireront l'attention sur les articles que vous vendez. Choisissez des solutions murales ou meubles autonomes, avec des cadres, boîtes et éclairages pour souligner les qualités de vos produits. Ils sont disponibles : apportez-les dès aujourd'hui dans votre point de vente, pour votre bonheur et celui de vos clients.

© Inter IKEA Systems B.V. 2012



IKEA® BUSINESS



W03

CHOCOLATERIE TRADITIONNELLE

Besoin d'un vendeur?

Décrochez simplement ce téléphone.



IKEA



16 m²



PRIX BAISSÉ
Housse de couette et 3 taies
ROSTVIN
14,99€
Ancien prix : 19,99€

DESIGN POUR TOUS

29,99€

45€

29,99€

“ Les couettes et les oreillers... C’est un univers qui n’est pas facile à traiter, pas facile à rendre séduisant. C’est l’une de mes fiertés ici. On y est parvenu ! ”



Oreillers naturels
Plumes et duvet

uit !

D'autres avantages à découvrir...



LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Prix IKEA Famille
499€
Prix non membre : 750€



“ La nouveauté de l'été en matière de produit : un vélo. ”





69,90€

“ Plus de 90 % de l'offre est disponible immédiatement. En clair, le client peut repartir avec ses produits sans repasser par une étape « comptoir ». C'est tout l'intérêt de disposer d'une zone libre-service de 5 900 m². ”





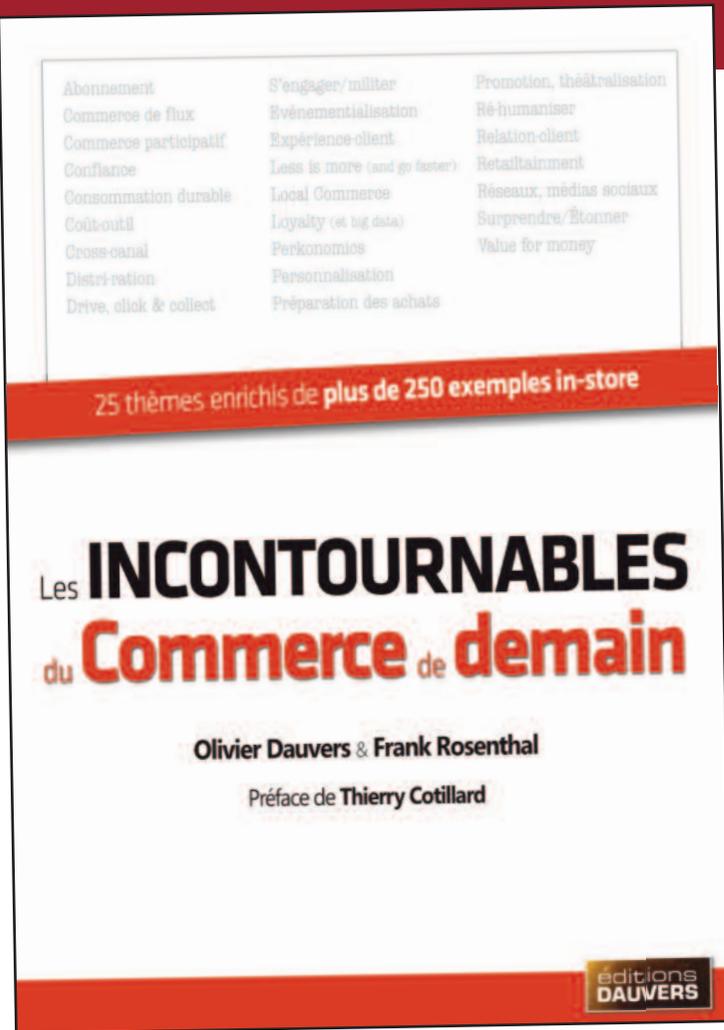
“ C’est une première pour Ikea : nous fabriquons notre pain sur place. Et, pour ce faire, nous avons même embauché un véritable boulanger. ”



TOUJOURS DISPONIBLE

éditions DAUVERS

Les **25 INCONTOURNABLES**



Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerces de flux	Événementialisation	Ré-humaniser
Commerces 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/Etonner
Cross-canal	Perkonomics	Value for money
Distri-ration	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

308 pages, 32 €

Disponible sur www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

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

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.

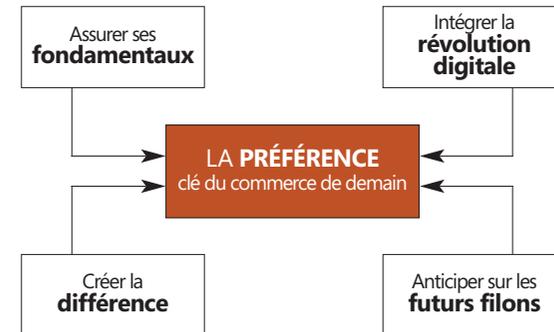
Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

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.



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



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

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

éditions
DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr