

LES DOSSIERS

GRANDE CONSO



Lidl Joué les Tours (37)

[DÉCEMBRE 2016]



Entrée

Bienvenue

LIDL
JOUE-LES-
TOURS



En route vers demain

Pour vous, chaque jour,
Lidl s'engage activement
dans la sauvegarde de notre
environnement, le développement
durable et l'amélioration d'une
alimentation saine et de qualité.



Ampoules	Piles	Déchets quotidiens	Papier Carton	Plastique



CAFE



Pains







Fromage



Le vrai prix
des bonnes choses

Charcuterie

Traiteur



LE SAVIEZ-VOUS ?
MATURATION
= TENDRETE
Chez Lidl,
le Charolais est mûri
entre 10 et 21 jours.
CHAROLAIS

L'ital du Boucher
Faux filet***
Charolais
3.99

L'ital du Boucher
Entrecôte***
Charolaise
6.99

Escalopes***
de veau
4.29

Viande
hachée
3.95

Steak haché
3.25

2.79

DÉCOUVREZ NOTRE SÉLECTION
DE VIANDES

Fromage



Le vrai prix
des bonnes choses

Charcuterie



TOUJOURS DISPONIBLE

LIBRE ET CAUSTIQUE
DEPUIS 2005



Tranches de vie commerciale

Nouvelle édition **2016**

Une année à arpenter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, éplucher les prospectus.

A LIRE : le bêtisier complet de l'année, les nouvelles enseignes, les bonnes et les mauvaises pratiques merchandising, les initiatives marketing, etc. **"Illustrations 100 % terrain !"**

«D'excellents exercices de Penser-Client»

84 pages, 22 €

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre :

romain.molay@editionsdauvers.fr











belVita

LU NAPOLITAIN

LU

LU

Granola

LU PIMPES

LU PIMPES

LU PIMPES

LU PIMPES

LU PIMPES

LU PIMPES

2.15

2.35

3.31

2.99

2.39

1.39

1.09

2.19

BN C'est trop bon avec le sourire

BN C'est trop bon avec le sourire

PRINCE

élice

DéliChoc

DéliChoc

DéliChoc

DéliChoc

DéliChoc

Surgelé

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Offres Spéciales



Laitage

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Fromage



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



Cosmétique









1 acheté + 1 GRATUIT!
Sun
tablettes tout en 1
4.35 **2.18**

-70%! 2^e sur le
Persil
lessive liquide
4.99
1.49





Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerce de flux	Événementialisation	Ré-humaniser
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/Etonner
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

308 pages, 32 €

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

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

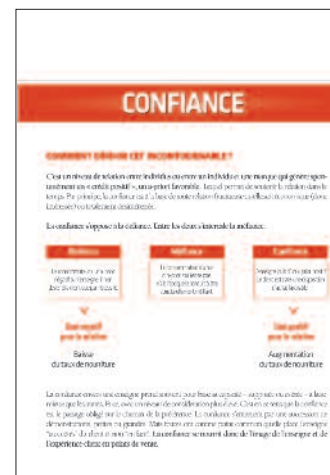
Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu 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 fils de demain. Ces quatre ambitions étant, dans notre vision, le préalable à toute préférence.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

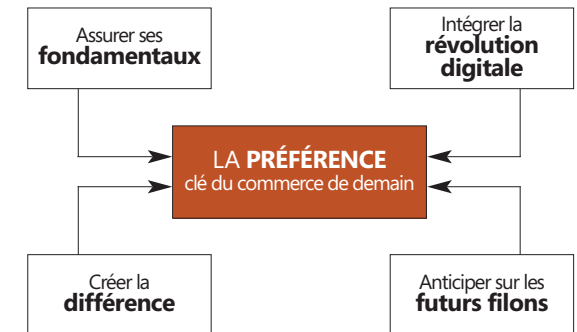
Un GUIDE FACILE À UTILISER

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



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