



EN PARTENARIAT
AVEC

Frank Rosenthal Conseils



Frank Rosenthal,
Expert en marketing du commerce.
Auteur du premier blog retail
de France*: retail-distribution.info



« Une véritable expérience client »

LSA - Comment analysez-vous l'évolution des enseignes de meubles ?

Frank Rosenthal - Les concepts bougent. Dans le secteur de la maison, les distributeurs travaillent de plus en plus et de mieux en mieux l'expérience client. Ce qu'Ikea a développé il y a déjà plusieurs années, bon nombre d'enseignes le proposent aujourd'hui. Il ne faut plus se contenter de vendre du meuble. Il faut se projeter, accompagner les consommateurs dans leurs projets. L'avenir ne passe pas par un alignement de gondoles, mais par des services à valeur ajoutée, de la différenciation. Regardez, aux États-Unis, des enseignes affichent une très grande maîtrise de la mise en scène de leurs surfaces de vente. Les distributeurs ont compris que les magasins ne devaient pas ressembler à des points de vente, mais à des pièces, des univers, qui correspondent à l'ambiance recherchée. La mise en scène de la chambre a donc pris la place... du rayon lits.

LSA - Et *quid* des nouvelles technologies ?

F. R. - Elles s'implantent plus rapidement que dans d'autres secteurs. Il est vrai que le digital est indispensable pour ces métiers de l'ameublement et du bricolage. Et là aussi, il faut répondre à toutes les demandes. Donc du domicile du consommateur, avec des applications sur ordinateurs, tablettes ou smartphones, jusqu'aux magasins avec des simulations de conception de projets, du cross-canal, de la communication digitale. Et bien d'autres choses encore. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR YVES PUGET

*Classement mensuel Teads des Top Blogs marketing janv., fév. et mars 2015 ?

©FRANK ROSENTHAL



©FRANK ROSENTHAL



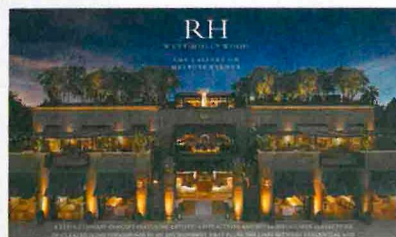
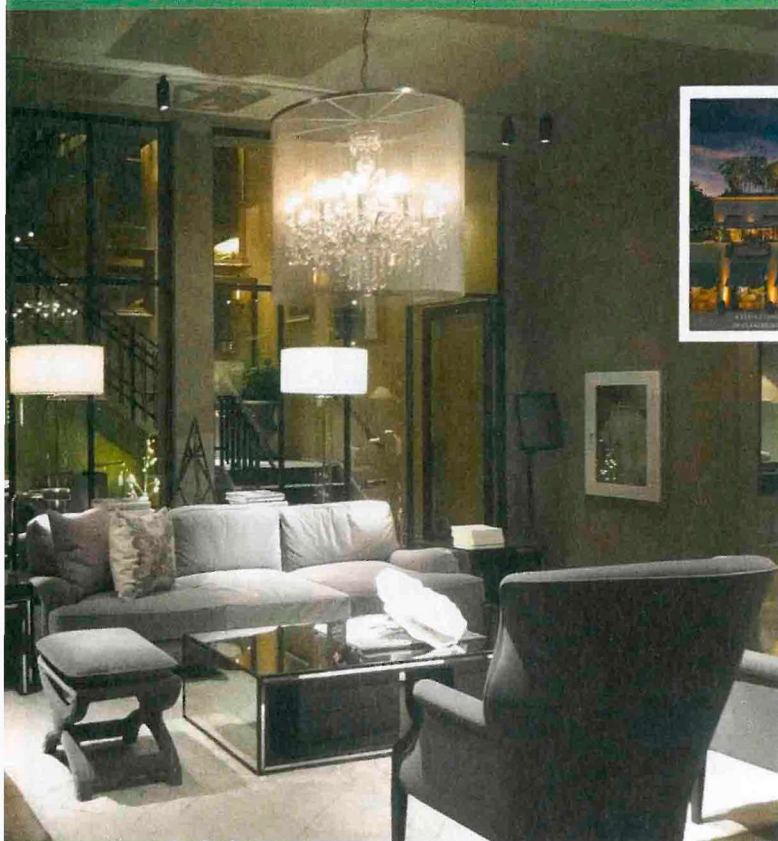
BOLIA

La créativité scandinave autrement

Bolia, une enseigne danoise qui exporte le design scandinave, a déjà ouvert dans 7 pays d'Europe et Dubai. Il n'y a pas qu'Ikea dans ce design. Son challenger: New Scandinavian Design. Un concept qui s'exprime avec les meubles et objets de déco, mais aussi le magasin, qui aspire à faire jouer les cinq sens.

L'idée à retenir Avec son approche sur les cinq sens, Bolia marque une vraie différence, notamment contre le suédois Ikea. Un vrai modèle alternatif !

©FRANK ROSENTHAL



RETROUVEZ
TOUS LES CONCEPTS
SUR LSA.FR



RESTORATION HARDWARE

Des magasins vraiment uniques



Restoration Hardware est une marque de luxe qui connaît une belle réussite sur le marché américain en vendant des articles d'ameublement, mobilier, luminaires, décoration, jardin... L'enseigne s'efforce de vendre du premium dans des magasins étonnants. À gauche, le récent magasin de New York, un immeuble particulier en face de Flatiron. À droite, le magasin de Houston, qui ressemble à un ranch texan haut de gamme et, ci-dessous, les ouvertures les plus récentes avec Los Angeles et Atlanta ????????

L'idée à retenir Sur un marché de la maison très encombrée, Restoration Hardware marque sa différence en proposant des maisons décorées et meublées plus que des magasins. Des magasins qui ne se ressemblent pas mais surtout qui ne ressemblent à aucune autre enseigne.



THE HOME DEPOT

L'expérience client formule enrichie

Le leader mondial du « home improvement » travaille en permanence sur l'expérience client en magasin. La chaîne YouTube, pédagogique, fonctionne dans ce magasin de Minneapolis. Les ateliers aussi sont de plus en plus précis.

L'idée à retenir Utiliser la plate-forme leader des vidéos renforce l'attractivité du magasin.



MANUFACTUM

L'attractivité par la qualité

L'enseigne créée en 1988 est connue des Allemands pour son catalogue qui fait toujours référence. Le distributeur a investi le web et ouvert une quinzaine de magasins de 1 000 à 3 000 m² dans les grandes villes allemandes. Qualité et durabilité des produits – meubles, des ustensiles, fournitures de bureau, de jardin – sont un vrai axe de différenciation.

L'idée à retenir Manufactum a misé sur la qualité. La vue des produits et la pédagogie des étiquettes valorisent cette qualité comme sur le catalogue.