

Lorsque Amazon se met à la distribution physique, c'est en adaptant les meilleures recettes du web. La preuve par l'exemple dans sa librairie de Seattle, que LSA a visitée.

Comment Amazon Books dépoussière les librairies

2 novembre 2015

Le premier Amazon Books ouvre à Seattle

11 Amazon Books actuellement aux États-Unis

5 000 titres uniquement par boutique

4 étoiles sur 5 La note minimale des ouvrages vendus

Source : Amazon

Beau challenge, ou sacrée ironie ? C'est en large partie Amazon, à ses débuts uniquement un site marchand de livres, qui a précipité le déclin des librairies physiques. Le livre est pourtant le premier produit pour lequel, vingt ans après son lancement, il a ouvert des magasins. Sauf que sous leur apparence très classique, entre bibliothèques en bois naturel et fauteuils confortables, les Amazon Books proposent une expérience inspirée d'internet où tout est pensé pour faciliter la découverte. Premier détail : tous les livres sont présentés de face plutôt que de profil, pour qu'il soit plus facile de « naviguer » parmi les couvertures, qui happent davantage le regard. On ne case en revanche que 5 000 titres dans le magasin, mais l'efficacité l'emporte sur la quantité. Tous sont notés au moins 4 étoiles sur 5 en ligne, et l'assortiment est établi à partir des ventes, des précommandes, des avis clients et des sujets de discussion sur les forums.

Mais l'aspect le plus amusant réside dans les noms des différents rayonnages. Aux côtés des polars, des romans historiques et des manuels

de cuisine, l'e-commerçant a créé de nouvelles catégories. Les *highly rated*, notés au minimum 4,8 étoiles sur 5. Les titres les plus ajoutés dans des *wishlists* par les internautes. Les 100 ouvrages à avoir lu dans sa vie. Les *page turners*, que les lecteurs sur Kindle ont dévorés en moins de trois jours. Est même reproduite la fonctionnalité phare du site : si vous avez aimé ceci, alors vous aimerez cela. À gauche, un ouvrage connu, susceptible de parler au visiteur. À droite, trois titres qu'Amazon va chercher plus loin dans son catalogue.

Porte d'entrée

Enfin, des tables disposées au centre du magasin présentent les *devices* maison : liseuses Kindle, tablettes Fire, haut-parleurs intelligents Echo et Echo Dot, une grande Fire TV... Sont également commercialisés des objets connectés que l'assistant vocal Alexa peut piloter (lampes Philips, thermostats Nest, etc.), ainsi que des écouteurs, câbles USB ou piles de la MDD du site, Amazon Basics. Car Amazon Books sert aussi de porte d'entrée à tout l'écosystème qu'a bâti la firme de Seattle autour des produits culturels, et qu'elle déploie aujourd'hui dans la maison connectée.

Dernière étape, le passage en caisse. Pas de liquide, seuls sont acceptés les cartes bancaires et les paiements mobiles. Un écran tourné vers l'acheteur récapitule ses achats et les rabais obtenus s'il est abonné à Prime. Histoire d'enfoncer encore le clou, pour qu'il n'échappe à personne que le magasin est une véritable extension du site. ■

FLORE FAUCONNIER, À SEATTLE

« Les magasins Amazon Books ont été conçus avec l'objectif premier d'aider les visiteurs à découvrir des livres. »

Cameron Janes, vice-président d'Amazon Books



© FLORE FAUCONNIER



PHOTOS : FLORE FAUCONNIER



▲ **PIONNIER**
L'Amazon Books de University Village, à Seattle, est le premier à avoir ouvert.



◀ **FAVORIS**
Les livres les mieux notés sont dotés chacun d'une étiquette précisant, par exemple, «94% des lecteurs de ce livre lui ont attribué 5 étoiles».

▲ **HALETANT**
Amazon «trackant» la lecture des utilisateurs de Kindle, il sait quels titres sont lus le plus vite, en moins de trois jours.

▼ **ÉCOSYSTÈME**
L'offre de consommables de la MDD Amazon Basics et les objets connectés pilotables par Alexa ne sont pas oubliés.



▲ **SUGGESTION**
Si vous aimez *Orgueil et Préjugés*, vous aimerez aussi *Le Journal intime de Lizzie Bennet*. Par exemple...

▼ **PAS DE LIQUIDE**
En caisse, les acheteurs sont invités à payer avec l'application mobile d'Amazon.

