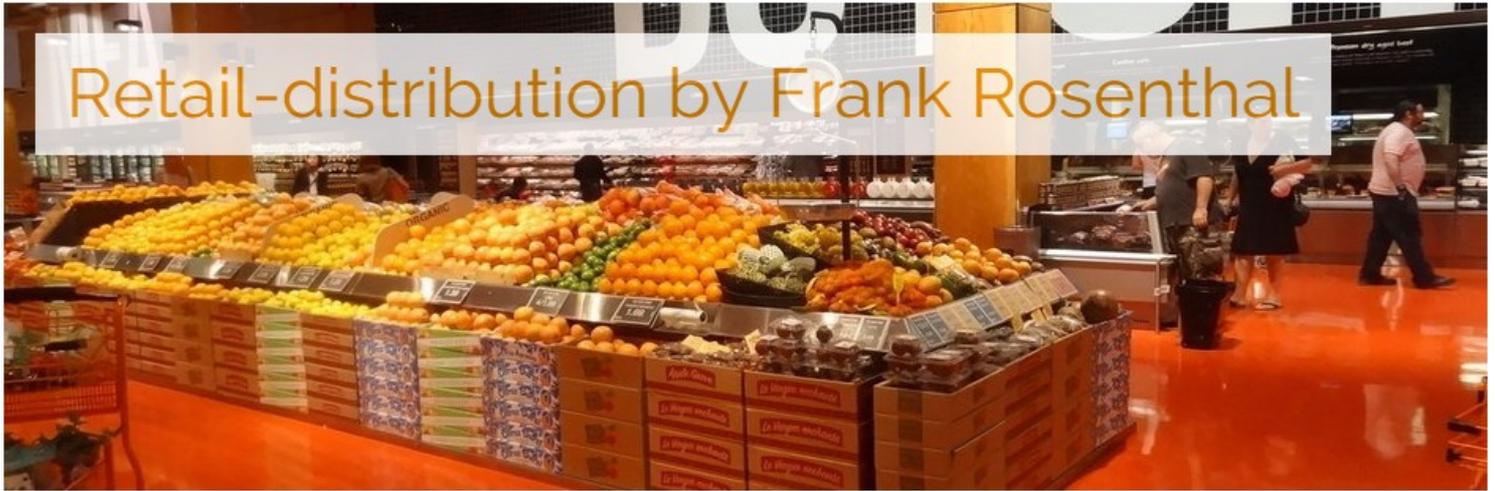


Retail-distribution by Frank Rosenthal



[Accueil](#) [Frank Rosenthal Conseils](#) [Mon actualité](#) [Mon Twitter](#) [Mes livres](#) [Nouveaux concepts](#) [Retail aux Etats-Unis](#) [Contact](#)

Les Sommets du Digital : nouveaux consommateurs, nouveaux marketers

Publié le 22 février 2016 par Frank Rosenthal

C'était il y a quelques jours à La Clusaz. Les Editions Kawa, organisatrice des Premiers Sommets du Digital ont réuni 45 intervenants (dont ici l'auteur de ce blog) et accueilli 250 participants pendant 3 jours. Un franc succès pour la première édition.



Les Sommets du Digital à La Clusaz

Résumé du premier débat par E-Commerce Magazine sur le thème de "Nouveaux consommateurs, nouveau marketing" :

Marketing Actualités

Retail-distribution, le blog



Prolonger la réflexion de mes 5 livres "Value for money"; "Image-Prix Mode d'emploi", "Mieux piloter sa relation-client", "Le Retail aux Etats-Unis" et "Les

incontournables du commerce de demain". Prendre du recul et s'interroger sur l'actualité de la distribution, du commerce et de la consommation. Parmi les 2375 articles de ce blog, des benchmarks internationaux, plus de 85 villes, plus de 20 pays, plus de 2000 visites magasins réelles !

Voir le profil de [Frank Rosenthal](#) sur le portail Overblog

Suivez-moi



Mes meilleurs liens et mes 5 Livres

[Mes 5 livres](#)
[Mes meilleurs liens](#)

Les rubriques de Retail-distribution

[Sommets du Digital] Les consommateurs en mutation

Publié le 02/02/2016 par Martine Fuxa

La table ronde d'ouverture des Sommets du Digital portait sur le thème : nouveaux consommateurs, nouveaux marketeur(s). Un sujet décrypté par des experts du marketing et du conseil.

Le consommateur change et avec lui la relation que les marques entretiennent avec leurs publics. Le modèle sur lequel fonctionnaient le marketing et la communication depuis 20 ans - un modèle descendant - évolue à grande vitesse.

Désormais, les modes d'interactions entre la marque et le consommateur s'écrivent de manière horizontale. Venus débattre de l'évolution du consommateur lors des Sommets du Digital, le 2 février à La Clusaz, Yan Claeysen (Publicis/ETO), Franck Rosenthal (Franck Rosenthal Conseil), François Laurent (Adetem) et Philippe Jourdan (Promise Consulting) mettent en relief les changements qui s'annoncent.



Premier vecteur de changement, **l'image de marque dont jouit une marque est désormais avant tout liée à l'expérience réellement vécue** par les consommateurs. " Les consommateurs sont divers et changent d'identité. Ils modifient leurs caractéristiques et leurs comportements, négociateurs un temps, minimalistes sur un autre achat...Les segmentations classiques sociodémographiques perdent de leur sens. L'expérience prime", souligne Philippe Jourdan.

Une exigence accrue

Placée au centre de toutes les attentions, l'exigence des consommateurs- vis à vis des expériences d'achat qu'ils vivent- s'est accrue et "digitalisée". " Chez Décathlon, 88% des consommateurs se renseignent sur Internet avant d'aller acheter en magasin", souligne Franck Rosenthal. Et ces recherches se font majoritairement sur mobile. " En France, en octobre dernier pour la première fois, les recherches sur mobile sont plus fortes que les recherches sur desktop ", ajoute Franck Rosenthal.

Quant au marketing, il suit le mouvement. " Très peu de fonction en entreprise se sont autant adaptées que le marketing ces 10 dernières années ", souligne Philippe Jourdan. " Le consommateur adopte des comportements hiératiques d'où l'importance d'utiliser la data pour le comprendre ", note quant à lui Yan Claeysen, mettant l'accent sur la data liée à la connaissance client que toutes les marques veulent décrypter.

Et demain...

Concepts Magasins (305)
Retail Playlist (269)
Opérations Spectaculaires (233)
Enseignes (164)
Value For Money (134)
Marketing Client (129)
Dossier Spécial (118)
Chiffres Clés (83)
9 Découvertes À... (75)
Grandes Questions (66)
Internet Et E-Commerce (64)
Secteur Distribution (64)
Autopromo (63)
Centres Commerciaux (57)
Il Fallait Y Penser (55)
Analyse (54)
Distribution Hors France (51)
Benchmark Distribution (50)
Décryptage Image-Prix (42)
Retail Aux Etats-Unis (42)
Retrovisions (41)
Prix Et Pouvoir D'achat (40)
Le Zoom Du Mois (37)
Ma Chronique Audio (32)
Marques De Distributeurs (30)
"a Lire Absolument" (27)
Marques (22)
Légendes Du Commerce (20)
Quoi De Neuf Dans Le Commerce (19)
Développement Durable (18)
Distribution & Télévision (15)
Les Signaux Du Retail (15)
Ma Chronique Vidéo (15)
Retail Vision (14)
L'image De La Semaine (13)
Photos Commentées (12)
Le Chiffre Clé Du Mois (10)
Projets Pour Demain (10)
Top 10 Concepts (10)
La Citation (9)
5 Questions À... (8)
L'avis De Lsa (8)
Tribune Libre (8)
Réseaux Sociaux (7)
Découverte À... (4)
A Lire Absolument (3)

Frank Rosenthal Conseils

Frank Rosenthal Conseils



Preuve s'il en fallait que le consommateur est en pleine mutation, de nouveaux modèles éclosent à l'instar de ce renversement de la relation qu'est le modèle de VRM. "On parle aujourd'hui de VRM (vendor relationship management), qui consiste à inverser la relation, le consommateur mettant son appel d'offre en ligne et attendant la réponse appropriée à ses besoins émanant des marques", souligne Yan Claeysen. Des plateformes encore en test pourraient faire des émules dans des secteurs d'activité comme celui du voyage.

Autres révolutions, celles induites par l'arrivée massive des objets connectés et des imprimantes 3D. "Les consommateurs seront à l'avenir des producteurs de produits. En filigrane, les entreprises doivent trouver de la valeur d'usage pour l'ensemble des produits lancés", prévoit François Laurent de l'Adetem.

A la fin de cette édition des Sommets du Digital, les éditions Kawa sortiront un livre reprenant les enseignements principaux des débats menés durant ces deux journées.

Publié dans [Analyse](#)

Partager cet article

[Partager](#) 0
 [J'aime](#) 5
 [Tweet](#)
[G+ Partager](#) 1
 [G+](#) 1
 [Pin it](#)
[Repost](#) 0

Vous aimerez aussi :



Le grand retour des MDD ?



Plaidoyer pour le commerce en 2016 : 10 raisons d'y croire !



Retrospective 2015...sur retail-distribution.info et (presque) nulle part ailleurs



Les incontournables du commerce de demain conférence à l'Adetem

« Il fallait y penser n°54...

Commenter cet article

[Anonyme](#)
[overblog](#)

Votre commentaire

VALIDER

Frank Rosenthal, expert en marketing du commerce a fondé en 2008 sa structure de consulting : [Frank Rosenthal Conseils](#).



Frank Rosenthal Conseils travaille exclusivement sur des problématiques de distribution pour des enseignes, des entreprises à réseaux et des agences et groupes de communication. Sur chaque problématique, le diagnostic précis réalisé est toujours suivi d'idées, de propositions pour répondre aux problématiques marketing et communication.



Frank s'appuie dans toutes ses missions sur sa connaissance du magasin et de la distribution et sur ses nombreuses et très régulières visites de magasin qui lui permettent de "puiser" pour illustrer dans sa banque de photos magasins comptant plus de 110 000 photos.

Frank a fait carrière auparavant dans la communication d'abord auprès de Thierry Ardisson puis s'est spécialisé sur la distribution au sein des groupes TBWA France (directeur associé de Tequila France, directeur de marque de TBWA Paris) et HighCo (Vice-président de K-agency).

Il a travaillé pour plus de 70 enseignes et 80 marques au cours des 15 dernières années dont une cinquantaine de clients en tant que consultant indépendant avec sa structure Frank Rosenthal Conseils.

Il est l'auteur de 5 livres sur le commerce