Comment la Fnac a retrouvé une seconde jeunesse

publié le 26/12/2015

Descriptif :

Un article dans Capital

L'agressivité des géants de l'e-commerce et la numérisation tous azimuts ont failli tuer le distributeur. **Mais il a trouvé la parade...**

Deux fois par semaine, Catherine Husson monte au front. La directrice du magasin Fnac de la rue de Rennes, à Paris, s'enferme dans son bureau et décroche le téléphone pour rappeler des clients mécontents. « Les gens sont d'abord très surpris, explique-t-elle, mais ensuite la conversation s'engage et peut durer trente minutes, le temps de trouver une solution. » En France, chaque responsable de magasin est censé se plier ainsi à cet exercice de contrition. Et pas question d'y couper : il fait partie intégrante de la stratégie de reconquête des consommateurs voulue par Alexandre Bompard, le P-DG.

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.