



L'ère du phygital, en route pour la quatrième dimension

publié le 11/11/2015

Descriptif :

Un article très intéressant du magazine Influencia

Au travers de ses nombreuses études et réflexions sur le sujet du shopping et de la distribution, l'institut Ipsos perçoit un mouvement de fond qui fait évoluer la conception de la shopping expérience.

Immersion dans un monde nouveau : le phygital.

Un flashback s'impose, au moment où le digital fait une irruption fracassante dans la distribution, en virtualisant selon les secteurs tout ou partie des pratiques physiques. Depuis, chaque catégorie accueille maintenant au moins un pure player digital. S'est engagé dès lors un combat sans merci entre shopping physique et shopping virtuel. Arbitre de cette lutte entre deux mondes, la qualité de l'expérience shopper, qu'elle soit digitale ou physique, progresse constamment en tant qu'attente, et peut dans un futur proche devenir le véritable déclencheur de l'achat. Parce qu'on me propose un voyage fluide, positif et enrichissant dans l'offre de la marque depuis la prise de contact jusqu'au service après vente, je suis favorablement guidé vers la transaction.



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.