



Comportement client : le Smartphone est-il une menace ou une opportunité pour le commerce traditionnel ?

publié le 27/08/2015

Descriptif :

Article du magazine des Points de Vente

Aujourd'hui, quand on fait du shopping, c'est cabas dans une main et Smartphone dans l'autre pour comparer les prix. Et si on trouve moins cher sur la toile, pourquoi s'en priver ? Ce phénomène, appelé « showrooming », exaspère les commerçants traditionnels. Pour le contrer, certaines enseignes aux États-Unis brouillent le réseau dans leur espace de vente, quand d'autres en Australie, à l'instar de Celiac Supplies, n'hésitent pas à faire payer une taxe de 5\$ à quiconque aurait l'audace de sortir du magasin sans rien avoir acheté...

Sans aller jusqu'à prendre ces mesures (franchement anti-commerciales !), de nombreux commerçants traditionnels français se disent toutefois fortement agacés par ce nouveau comportement du client et perçoivent le Smartphone comme une menace. Il est effectivement en passe de révolutionner l'expérience client, et ce tout au long du parcours d'achat, mais loin d'être une menace, il pourrait même être **une réelle opportunité pour les points de vente.** [↗](#)



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.