



# Amazon ouvre 100 magasins pensés comme des espaces de rencontre

publié le 09/10/2016 - mis à jour le 16/10/2016

*Descriptif :*

Source : Le Hub La Poste

Depuis cet été, il ne se passe pratiquement pas une semaine sans qu'Amazon n'ouvre un magasin aux États-Unis. Près de 30 sont déjà en activité, avec l'objectif d'atteindre les 100 boutiques en 2017. Il s'agit de petites surfaces, de 25 à 45 mètres carrés, qui s'installent dans des centres commerciaux. Amazon y met en scène un assortiment de ses produits, comme la liseuse Kindle ou l'assistant vocal Echo, le cylindre connecté qui se place au milieu du salon et qui permet de passer commande en ligne simplement en parlant. Mais plus que des lieux de vente, le géant du e-commerce veut d'abord faire de ces magasins des espaces de rencontre avec ses clients.

## Créer de la relation

« Amazon n'a pas besoin de magasins pour vendre », rappelle sur son blog Jean-Marc Megnin, directeur général de ShopperMind. L'objectif ? « Créer du lien (...). Être présent dans le monde physique non pas pour vendre, mais pour créer de la relation et valoriser des offres de services. » Ces magasins s'inspirent des Apple Stores, permettant d'entrer en contact avec la marque pour prendre en main les produits, discuter avec un expert, bénéficier d'une démonstration. Montrer les nouveaux parcours d'achat avec Echo

Même si l'objectif premier n'est pas de réaliser des ventes en magasin, « vue l'obsession d'Amazon pour la data, la décision d'étendre son réseau de magasins est sûrement la preuve que ces boutiques augmentent les ventes en ligne là où elles sont installées », commente le site Business Insider. Ces points de contact permettraient notamment de contribuer au développement d'Echo dans les foyers américains. Ce produit innovant, modifiant radicalement les parcours d'achat, est présenté comme la prochaine grande réussite d'Amazon, mais nécessite aussi d'être expliqué et proposé en démonstration pour toucher la plus grande audience possible.