

## Chapitre 4 Analyser l'expérience de consommation

### Etude de cas sur Decathlon

#### Analyser les outils marketing expérientiel

Vous réalisez une étude sur l'expérience client au sein de l'enseigne Decathlon. Vous évaluez les actions mises en place dans le magasin de Nice (documents 1 et 2).



A l'aide des vidéos et des documents répondez aux questions suivantes :

1. Expliquez comment les actions mises en place renforcent positivement l'expérience de consommation.

2. Quels peuvent être les effets de ces actions sur la valeur perçue ?

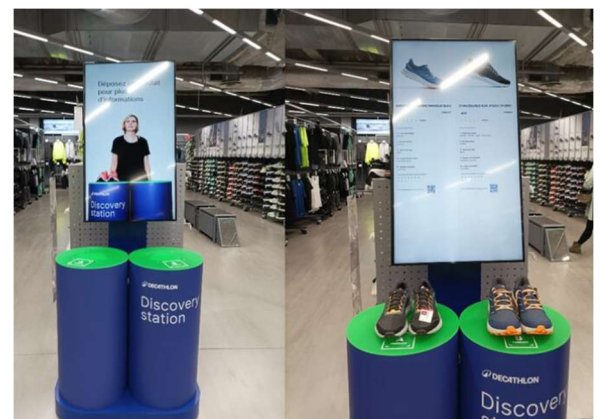
3. Analysez l'animation en réalité virtuelle en vous aidant de la vidéo et qualifiez le type de marketing utilisé.

4. Quel est l'intérêt d'une telle animation pour le client ?

#### Document 1 : Le magasin Decathlon de Nice

##### Caractéristiques du magasin

- Surface de vente : 4 200 m<sup>2</sup>
  - Offre déclinée autour de 70 disciplines sportives
  - Innovations multiples : divers outils connectés tels qu'un casque de réalité virtuelle pour visualiser les modèles de tente dans des environnements différents (désert, montagne ou campagne); cabines avec écran tactile informatif; ateliers gratuits de yoga, fitness...
- À toute heure, des propositions d'événements sportifs à partager avec la communauté (cross training, jogging...).



Côté technologie, Decathlon adopte enfin le balisage électronique. Les salariés n'auront plus besoin d'imprimer et de découper des étiquettes papier. « *Un gain de temps énorme pour les collaborateurs seront par conséquent plus disponibles pour les clients* », souligne Arnaud Salvador. A noter aussi, les derniers tests avant déploiement de la "Discovery Station". La station reconnaît l'étiquette RFID d'un produit et donne au client des informations

techniques, les tailles disponibles en magasin et suggère de scanner un QR Code pour commander le produit s'il n'est pas disponible en magasin. Le client peut poser deux produits sur la station pour comparer les caractéristiques de chacun et choisir le plus adapté à ses besoins.

## Document 2 : Les avis des clients sur la page Facebook du magasin



### **Arthur H**

*Très beau magasin, très bien situé, un personnel disponible et chaleureux, des conseils de pro... Je recommande!*



### **Shanaz B**

*Ils ont mis des cabines d'essayage super! On scanne l'article et on peut lire sur l'écran toutes les informations le concernant, et il y a même les avis clients! En plus, on peut directement appeler un vendeur conseil si besoin! C'est vraiment pratique...*



### **Greg G**

*J'ai acheté une tenue de basket trop top, des baskets de pro et j'ai craqué sur un nouveau ballon aux couleurs de l'équipe de France!!! Waouh j'adore! J'ai passé un super moment avec un spécialiste de la discipline que je reviendrai voir pour discuter.*



### **Luna Z**

*J'ai adoré le dernier atelier de yoga auquel j'ai participé par hasard : c'était génial. La coach était vraiment professionnelle et m'a donné des conseils précieux. C'était fou d'être en séance yoga en plein cœur du magasin! Expérience à refaire très vite.*