



## Les Facteurs D Atmosphere Dans L Entreprise de Distribution (Paperback)

By Collectif

Univ Europeenne, United States, 2011. Paperback. Condition: New. Language: French . Brand New Book. Le consommateur d aujourd hui est blasé . Il s ennue face à l homogénéisation de l offre cherchant la différenciation ultime. C est pourquoi la prise en compte de la perception du client d une vision utilitaire vers une vision hédonique cherchant l expérimentiel, l authenticité, le lien social, le confort d achat est incontournable. La création d un environnement d achat plaisant devient alors un outil de gestion indispensable auquel les distributeurs doivent recourir afin de susciter chez leurs chalandes des états émotionnels spécifiques et influencer leurs comportements physiques et d achats. Nous nous intéressons à la perception holistique du consommateur au point de vente. A partir de deux études l une quantitative et l autre qualitative utilisant la méthode projective des collages, nous mettons l accent sur les facteurs d atmosphère agissant tant sur le niveau affectif que conatif qu un distributeur doit privilégier dans sa stratégie afin de satisfaire les ambitions du nouveau chaland et assurer la pérennité de son magasin.



**READ ONLINE**  
[ 8.78 MB ]

### Reviews

*Absolutely among the finest publication I actually have actually go through. It really is rally fascinating through reading time. I am easily could possibly get a pleasure of looking at a composed ebook.*

-- **Prof. Rick Romaguera**

*Comprehensive manual! Its such a excellent read through. I have read and i also am confident that i am going to gonna study once more once again in the future. Your life period will be change when you total looking over this ebook.*

-- **Cordie Hauck DVM**