Que font les magasins de prêt-à-porter en terme de marketing gustatif sur lieux de vente?

Réponse apportée le 03/10/2010 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Bonjour,

La notion de marketing gustatif est peu abordée en matière de prêt à porter ,seule la notion de marketing sensoriel est traitée dans les catalogues de bibliothèque comme par exemple :

Auteur : Giboreau, Agnès
Titre : Le marketing sensoriel : de la stratégie à la mise en oeuvre /
Éditeur : Paris : Vuibert, [*909 doc.] DL 2007
Description : 1 vol. (X-238 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 18 cm
Collection : Dyna'sup Entreprise

Résumé : Le marketing sensoriel repose sur la valorisation d'un ou plusieurs sens qui permettrait aux entreprises d'augmenter leurs ventes : couleurs, musique, éclairage, odeurs… Cet ouvrage présente des exemples de cette technique en plein essor, des méthodes et des outils opérationnels qui participent de la démarche étude de marketing sensoriel.
Autre auteur : Body, Laurence

Titre : Le marketing sensoriel du point de vente : créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux /
Édition : 2e éd.
Éditeur : Paris : Dunod, 2006

Collection : Fonctions de l’entreprise Marketing, communication [*34 doc.]
Résumé : Une étude montrant que l’ambiance d’un point de vente doit être considérée comme un outil marketing. Décrit comment développer des facteurs d’ambiance tels que la thématisation, l’environnement sonore, les senteurs, les couleurs, les lumières ou la gestion de l’affluence. L’ouvrage décrit également le thème de la gestion des sensations tactiles, une nouvelle notion marketing.

Un artice également à consulter :

Les magasins explorent de nouvelles expériences
Stratégies 26 mars 2009 – n° 1538 – pp 22-23
Le point, en mars 2009, via des exemples d’initiatives, sur les stratégies, basées sur l’innovation et les nouvelles technologies, développées par les points de vente physiques mondiaux pour attirer les clients et faire face à l’essor du commerce en ligne : cabines d’essayage intelligentes, développement du marketing sensoriel, ambiances sonores, etc.

Est-ce bien ce genre d’informations que vous recherchez?

Voir aussi ces deux sites :
Le CRIOC Centre de recherche et d’information des organisations de consommateurs
http://www.oivo-crioc.org/FR/doc/dcdc/all/document-1112.html?idsmenuleft=68>

Génération visuelle
http://www.generation-visuel.com/index.jsp?mode=view_article&prm=1651485&prm2=1115866>

Cordialement,

Eurêkoi – Bpi (Bibliothèque publique d’information)
http://www.bpi.fr
www.eurekoi.org