

SOMMAIRE

Présentation du comité scientifique de l'ouvrage	5
INTRODUCTION	7
La diffusion des nouvelles technologies et les défis de la multicanalité	
CHAPITRE 1	13
Influence du processus d'acculturation de l'entreprise sur les communautés de marque	
CHAPITRE 2	33
Quand le cross-canal devient familial...	
L'adolescent : un consommateur influent au sein de la famille	
CHAPITRE 3	51
La renaissance de la vente directe de produits alimentaires frais. Une étude sémiotique exploratoire des représentations des consommateurs fidèles à ce format	
CHAPITRE 4	75
Business models des concepts de proximité de la GDA : illustration à travers le portefeuille d'enseignes de la branche proximité de Casino	
CHAPITRE 5	107
Construction d'un Service Web d'Aide à la Décision Géomarketing à partir d'Outils OpenSource	
CHAPITRE 6	127
Le lien entre stimulation sensorielle, sensation thermique et comportement de fuite au sein du point de vente : Une application des lois de Fechner et de Stevens	

CHAPITRE 7	145
L'impact du modèle économique du site sur les pratiques de merchandising en ligne destinées à favoriser l'achat d'impulsion : une application dans le secteur du prêt-à-porter en ligne	
CHAPITRE 8	161
Etude de l'influence des principales caractéristiques de la vitrine sur les réactions des consommateurs : le cas du prêt-à-porter féminin	
CHAPITRE 9	189
Les apports du développement des nouvelles aides à la vente au cœur de la relation clients-entreprises : une approche exploratoire	