

Communiqué de presse
Nouvelle parution

Voyage au cœur de l'impulsion d'achat
Quand l'émotion rencontre la raison

Par Intissar Abbes et Isabelle Barth
Editions L'Harmattan – Collection Recherches en gestion

Strasbourg, avril 2016. *Qui ne s'est pas retrouvé, un jour à la sortie d'un magasin, les bras chargés d'articles en ayant eu l'impression de les avoir achetés "à l'insu de son plein gré"? Ce comportement a un nom: il s'agit de l'achat impulsif, c'est-à-dire d'un achat qui n'avait pas été programmé ni envisagé. « Voyage au cœur de l'impulsion d'achat – Quand l'émotion rencontre la raison », ouvrage paru début mars 2016 aux éditions L'Harmattan, décortique le quotidien de shoppeur et lève le voile sur le comportement d'achat impulsif, souvent incompris et mal perçu. Co-écrit par Intissar Abbes, titulaire d'un doctorat en sciences de gestion, spécialité marketing de l'IAE de Lyon et de l'IHEC Carthage et par Isabelle Barth professeur des Universités de sciences de gestion et directrice générale de l'EM Strasbourg Business School.*

Quelles sont les causes et les déterminants d'un achat impulsif ? Est-il vraiment un acte dénué de raison ou existe-t-il plusieurs types d'achats impulsifs ? Y a-t-il un profil type d'acheteurs impulsifs ? Que se passe-t-il réellement dans notre for intérieur au moment où nous passons à l'acte ? Peut-on réellement parler d'expérience dans le cadre de ce comportement, pourtant rapide et fortuit ? Regrettons-nous vraiment nos achats impulsifs ? Si oui, comment s'en prémunir ? Quels sont les pièges à éviter et les conseils à suivre pour optimiser sa décision d'achat et être en paix avec soi-même ? Autant de questions auxquelles cet ouvrage, à travers des témoignages, des illustrations et des enquêtes, apporte des réponses.

« Voyage au cœur de l'impulsion d'achat - Quand l'émotion rencontre la raison », ouvrage de 166 pages, est décomposé en 5 chapitres :

- 1/ De quoi parle-t-on avec l'achat impulsif ?
- 2/ De l'impulsion à l'achat impulsif, quel processus à l'œuvre ?
- 3/ Les différentes catégories d'acheteurs impulsifs – enquête au cœur de l'achat d'impulsion
- 4/ Les stratégies des magasins pour stimuler les achats impulsifs
- 5/ Devenir un consommateur-acteur de ses achats

A propos des auteurs

Intissar ABBES est titulaire d'un doctorat en sciences de gestion, spécialité marketing de l'IAE de Lyon et de l'IHEC Carthage. Maître assistante de l'enseignement supérieur à l'IHEC Carthage, elle est l'auteur de plusieurs articles de recherche et spécialiste en comportement du consommateur, management de la distribution, marketing expérientiel, co-création et marketing de l'innovation.

Isabelle BARTH est professeur des Universités de sciences de gestion et directrice générale de l'EM Strasbourg Business School depuis 2011. Elle mène ses recherches au sein du laboratoire Humanis (EA 7308) dans trois domaines : le management de la diversité, le management commercial et les comportements émergents de consommation. C'est dans le cadre de cette réflexion prospective sur la consommation qu'elle a encadré la recherche doctorale d'Intissar Abbes et co-écrit cet ouvrage. Elle a publié de nombreux ouvrages dont : « Désapprendre pour réussir », éd. EMS (2015), « La manager et le philosophe », Ed. Le Passeur (2014).

Caractéristiques détaillées

Auteurs : Intissar Abbès, Isabelle Barth

Editeur : L'harmattan

Date de parution : 24/02/2016

Collection : Recherches En Gestion

EAN : 978-2343079509

ISBN : 2343079501

Nombre de pages : 166

Dimensions : 15,5 cm × 24,0 cm × 1,3 cm

Prix public constaté : 18,50€

Voyage au cœur de l'impulsion d'achat
Quand l'émotion rencontre la raison

Intissar Abbès et Isabelle Barth

Voyage au cœur de l'impulsion d'achat

Quand l'émotion rencontre la raison

Intissar ABBES et Isabelle BARTH



Recherches en Gestion

L'Harmattan

L'Harmattan

EM Strasbourg : un pôle d'enseignement unique en France

Ce pôle d'enseignement propose un Programme Grande école en management avec une spécificité internationale et 28 formations bac +3 à bac +8 dans tous les grands domaines de la gestion. Ses cursus se déclinent en formation initiale, continue et en apprentissage. L'EM Strasbourg est la Business School de l'Université de Strasbourg, classée parmi les 100 premières universités mondiales dans le classement de Shanghai.

L'EM Strasbourg est accréditée AACSB, EPAS pour son Programme Grande école et certifiée Qualicert. Elle insiste sur la transmission des valeurs de développement durable, d'éthique et de diversité. Située au cœur de Strasbourg, capitale européenne, étudiante et culturelle, l'EM Strasbourg accueille 3000 étudiants et compte un corps enseignant de plus de 80 membres, 500 intervenants professionnels et compte 16 000 diplômés. www.em-strasbourg.eu

Contact presse : Stéphanie Masson - stephanie.masson@em-strasbourg.eu – 03 68 85 80 67