

Discuter d'Amazon  
et de la presse  
écrite pour s'en  
inspirer

**Renaud Legoux**  
HEC Montréal



# La valeur d'Amazon

Valeur = Bénéfices - Valeur monétaire  
Temps investi  
Coûts psychologiques



Inventaire illimité  
Livraison rapide  
Système de recommandation



Prix dynamiques  
Produit d'appel  
Processus d'achat rapide  
Risque plus important

# La valeur d'une librairie

Valeur = Bénéfices - Valeur monétaire  
Temps investi  
Coûts psychologiques



Contact humain  
Systèmes de recommandation  
Expérience sensorielle et tangible



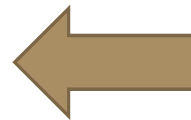
Produits d'appel  
Possibilité de bouquiner et  
risque moins important

## Marché biface en baisse

- Publicité
- Lecteurs

## Dégroupage

- Nouvelles
- Cotes boursières
- Statistiques sportives
- Petites annonces
- ...



Un  
journal  
n'est pas  
un livre...

Produit d'appel



- Intégration avec la **communauté**
- Intégration avec des **partenaires extérieurs**

Toutefois, on peut s'inspirer de certaines stratégies :



# Intégration avec la communauté

