

# Mon shopping, en toute liberté

« Le tout premier outil me permettant d'acheter tout ce que je lis dans la presse où je veux, quand je veux »



**Magazines, webzines, réseaux sociaux...** Les **tendances du moment** pour la **maison** et son équipement, le **jardin** et son aménagement, la **décoration**, le **bricolage**, le **diy** sont **présentes et visibles partout**. **Mais comment permettre au consommateur de se les procurer, de les acheter toujours plus vite et facilement ?** A cette petite question pleine d'intérêts, **e-shops** apporte une grande réponse pleine de bon sens...



## e-shops, un lien digital unique en son genre

Pratique, simple et efficace, **e-shops** est le 1<sup>er</sup> outil permettant de relier les consommateurs, les magazines et les marques via le digital. Mais avant de vous en expliquer le fonctionnement, il est essentiel de vous montrer pourquoi ArchiTendances a toute légitimité à proposer **e-shops**.

## La légitimité du service

Agir comme un prestataire entre les marques, les journalistes et les consommateurs, un éditeur le fait déjà. C'est vrai, mais ce dernier est fatalement limité à ses magazines (Biba, Elle, Vogue...) et à ses marques... Or, comme ArchiTendances est le point de rendez-vous de toutes les tendances de la maison et du jardin sur le net, notre positionnement est clair et notre légitimité évidente : être l'interface entre TOUTES les marques et TOUS les magazines, en facilitant l'acte d'achat des consommateurs, sans exclusivité ni parti pris. A présent, il est grand temps de tout vous dire sur **e-shops**, véritable clef d'entrée pour un shopping en liberté



## e-shops, une réponse évidente à une très forte attente

**e-shops** répond à une attente viscérale du consommateur : obtenir la bonne information dans l'instant et au bon endroit. « Comment puis-je me procurer le produit que je viens de découvrir dans ce magazine, ce réseau social, cette webzine ? ». Avec **e-shops**, le consommateur n'a même plus à se poser la question... **En effet, via son Smartphone ou sa tablette, le consommateur hyper connecté, même en mode nomade, a juste à prendre une photo et à la télécharger sur la page [www.architendances.fr/e-shops](http://www.architendances.fr/e-shops) en libre d'accès. Sans application, ni achat publicitaire masqué, l'internaute obtient une liste de boutiques en ligne où il peut acheter le produit instantanément.**



## Vive la e.liberté !

Pour le consommateur, **e-shops** offre un sentiment de liberté bel et bien réel. Il choisit son produit, quand il le souhaite et où il veut. Qui dit mieux ? Ensuite, grâce à **e-shops**, il est orienté vers une liste de e.boutiques et, là encore, il a le choix d'aller vers celle qui lui convient le mieux. C'est la définition même du free shopping.

## Les consommateurs vont adhérer

A l'évidence, **e-shops** va séduire les consommateurs, tant ses qualités et son utilité sautent aux yeux. Tout d'abord, **e-shops** s'appuie sur l'un des réflexes les plus courants des détenteurs de Smartphones : **prendre une photo** avec. C'est donc l'outil idéal, pratique et rapide pour se constituer une bibliothèque d'idées et des points d'intérêt. Ensuite, **e-shops** cumule deux atouts cruciaux : **c'est facile d'accès**, sans application spécifique à télécharger, **et c'est gratuit**, sans obligation d'engagement ou d'échange d'adresses. Expression même de la liberté – dès que la photo est reconnue, on donne le choix dans la liste des e.boutiques obtenues – **le consommateur garde toujours son libre-arbitre**. Et puis **e-shops n'engendre aucune frustration** puisque l'on répond à toutes les recherches. Quant aux inconvénients pour le consommateur, Archi'tendances.fr les cherche encore :-).

Pour tester, un seul et unique outil : [www.architendances.fr/e-shops](http://www.architendances.fr/e-shops)

Contact presse : Catherine Amsterdam

[ca@amsterdamcommunication.fr](mailto:ca@amsterdamcommunication.fr)

Tél. 02 43 94 01 71

Téléchargement du communiqué et des visuels :

[www.amsterdamcommunication.fr/presse](http://www.amsterdamcommunication.fr/presse)