



La vente à domicile

Digitalisation, fidélisation des vendeurs et des clients, nouveaux entrants, etc. : quelles perspectives pour les acteurs d'ici 2017 ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la vente à domicile. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



*Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com*

Avec le code étude 6DIS56

Éline Maurel
Directrice d'études
Xerfi France



La vente à domicile

**Digitalisation, fidélisation des vendeurs et des clients, nouveaux entrants, etc. :
quelles perspectives pour les acteurs d'ici 2017 ?**

**Edition Mai 2016
200 pages**

Le virage du digital est déjà bien engagé

La vente à domicile continue de séduire. Bonduelle, Phildar ou encore La Redoute ont récemment investi le créneau afin de valoriser leurs produits, renforcer leur image de marque et rajeunir leur clientèle. Des acteurs spécialisés, à l'image du groupe américain Stella & Dot, ont aussi fait leur apparition sur le marché français. Si bien que certains segments comptent déjà un grand nombre d'intervenants, comme celui des cosmétiques ou de la diététique. Soucieux de défendre leurs positions, les acteurs historiques multiplient les initiatives pour accroître l'attractivité de ce mode de commercialisation et moderniser son image, principalement grâce aux outils digitaux. Les sites marchands, applications mobiles et réseaux sociaux deviennent aussi de plus en plus indispensables pour fidéliser et motiver les forces de vente, à l'image de Tupperware qui a intégré des fonctionnalités pour les vendeurs dans son application mobile, aux côtés des services proposés aux clients. Dès lors, **quelles sont les perspectives de croissance des spécialistes de la vente à domicile d'ici 2017 ? Quels sont les segments les plus porteurs ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché par segment et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2017**
Baromètre d'activité Xerfi des spécialistes de la vente en réunion, tendances d'évolution des trois segments clés du marché, moteurs et freins structurels de la demande (recherche de convivialité lors de l'acte d'achat, attente de conseils personnalisés, etc.), opportunités et menaces à moyen terme, etc.
- **Le décryptage des performances financières des opérateurs jusqu'en 2015**
Principaux ratios et indicateurs financiers d'un échantillon exclusif de spécialistes de la vente en réunion : taux de marge commerciale, d'excédent brut d'exploitation, de résultat net, BFR, etc.
- **Les axes de développement des acteurs**
Développement de sites marchands, utilisation des nouvelles technologies (applications mobiles, réseaux sociaux, etc.), recrutement et fidélisation des vendeurs, amélioration de l'expérience d'achat, etc.
- **Le panorama du jeu concurrentiel et des forces en présence**
Positionnement des acteurs par segment, fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier des 200 premières sociétés du secteur.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

NOS PREVISIONS

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des spécialistes de la vente à domicile à l'horizon 2017. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (consommation des ménages, attentes des acheteurs à domicile, etc.), le contexte concurrentiel (arrivée de nouveaux acteurs, etc.) et les atouts de la vente à domicile face aux autres circuits de distribution (grandes surfaces alimentaires, e-commerce, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ

1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

- Les principaux déterminants de l'activité sectorielle

2. L'ACTIVITÉ DES SPÉCIALISTES DE LA VENTE À DOMICILE JUSQU'EN 2015

- L'évolution des déterminants
- Le chiffre d'affaires de la profession
- Le chiffre d'affaires des spécialistes de la vente en réunion (panel **Xerfi**)
- Les performances financières des opérateurs
- Les tendances d'évolution du chiffre d'affaires par segment (panels **Xerfi**)
- Le poids de la vente à domicile par segment

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL

- L'évolution des déterminants
- Le chiffre d'affaires des spécialistes de la vente en réunion (panel **Xerfi**)
- Les tendances d'évolution du chiffre d'affaires par segment (panels **Xerfi**)
- Les forces et faiblesses de la vente à domicile par segment
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT CONJONCTUREL

- Le pouvoir d'achat et la consommation des ménages
- L'amélioration de l'habitat
- Les produits alimentaires et les boissons
- Les parfums et produits pour la toilette
- Les vêtements et chaussures
- L'équipement et l'entretien du foyer

2. L'ANALYSE DES MOTEURS ET FREINS STRUCTURELS

- L'analyse PESTEL
- Les attentes des acheteurs à domicile

3. LES PRINCIPAUX FAITS MARQUANTS ET LES ENJEUX POUR LES OPÉRATEURS

1. DEVENIR MULTI-CANAL

- Le développement de sites marchands
- Panorama d'opérateurs ayant lancé un site marchand

2. PROFITER DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Un prolongement naturel pour la vente à domicile
- Panorama d'opérateurs présents sur les réseaux sociaux

3. RECRUTER ET FIDÉLISER LES VENDEURS

- Les enjeux liés aux ressources humaines
- Éphéméride des campagnes de recrutement d'acteurs de la vente à domicile (2013-2015)

4. FAIRE ÉVOLUER L'EXPÉRIENCE D'ACHAT

- Renforcer l'attractivité de la vente à domicile
- Études de cas : Tupperware et Frédéric'M

4. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE ET LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

- Les caractéristiques de la vente à domicile
- Les relations entre les acteurs de la vente à domicile
- Le profil et le statut des vendeurs
- L'interdiction de la vente pyramidale

2. LA STRUCTURE DU SECTEUR

- L'évolution du tissu économique
- Les chiffres clés de la vente à domicile au niveau mondial et européen

3. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL

- Les nouveaux entrants
- Les principales sociétés du secteur
- Le positionnement des principaux opérateurs par segment

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel sur le marché français. Les spécialistes de la vente en réunion sont très présents sur les segments de l'hygiène-beauté (Armille, Yves Rocher, etc.), des vêtements et accessoires (Captain Tortue, Charlott', etc.) et de l'équipement du foyer (Tupperware, Vorwerk, etc.), des produits qui nécessitent une démonstration. De nouveaux entrants investissent également ce canal de distribution, à l'image de Bonduelle, pour mettre en valeur leurs produits.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement et enjeux des spécialistes de la vente à domicile. Parmi ceux-ci : le développement de sites marchands et leur articulation avec les réseaux de vendeurs, l'utilisation des outils digitaux (applications mobiles, réseaux sociaux, etc.) pour mieux communiquer avec les vendeurs et les clients, les actions de recrutement et de motivation de la force de vente, l'amélioration de l'expérience d'achat, etc.

5. LES FICHES D'IDENTITÉ DES ACTEURS

1. LES SPÉCIALISTES DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DIÉTÉTIQUES

- Herbalife
- Kriss-Laure

2. LES SPÉCIALISTES DES PRODUITS D'HYGIÈNE-BEAUTÉ

- Armille
- Forever Living Products
- Yves Rocher (Stanhomes France)

3. LES SPÉCIALISTES DES VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES

- Captain Tortue
- Charlott'
- Stella & Dot

4. LES SPÉCIALISTES DE L'ÉQUIPEMENT DU FOYER

- Silit France
- Tupperware
- Vorwerk

5. LES SPÉCIALISTES DE L'HABITAT

- Lapeyre (K par K)

6. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 200 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2010-2014, selon la disponibilité des comptes. 69% des comptes non consolidés 2014 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| • ALLANDE | • FREDERIC'M FRANCE | • NINA & MOI |
| • ALLUMETTE PARIS | • GUY DEMARLE | • NL INTERNATIONAL FRANCE |
| • AMWAY FRANCE | • H2O AT HOME | • NU SKIN FRANCE |
| • ARMILLE | • HENRI MAIRE | • NUTRIMETICS FRANCE |
| • AZZA | • HERBALIFE INTERNATIONAL FRANCE | • PARTYLITE |
| • CAPTAIN TORTUE FRANCE | • JUST FRANCE | • PIERRE LAFOREST |
| • CARASAGA | • K PAR K | • PIERRE LANG |
| • CHARLOTT' | • KRISS-LAURE | • PRACTICOMFORT |
| • CONFORT SECURITE + | • LABORATOIRE BODY NATURE | • SILIT |
| • ECORENOVE | • LEXEL PARIS | • STAMPIN'UP FRANCE |
| • ELORA | • LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS | • STANHOME FRANCE |
| • EQUILIBRE ET SANTE | • MAGASINS BLEUS | • STELLA & DOT |
| • EXPERT DE L'HABITAT | • NATURA EUROPA | • TUPPERWARE |
| • FERDINAND PIEROTH | | • VORWERK |
| • FOREVER LIVING PRODUCTS FRANCE | | • ZABOK |

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| • ALLANDE | • HERBALIFE INTERNATIONAL FRANCE | • PIERRE LAFOREST |
| • AMWAY FRANCE | • JUST FRANCE | • PIERRE LANG FRANCE |
| • CAPTAIN TORTUE FRANCE | • K PAR K | • PLANETE TORTUE |
| • CHARLOTT' | • LABORATOIRE SCIENCE ET NATURE | • POLY OPALINE TARNAISE |
| • CLUB PARFUM | • LEGZ SKIN FRANCE | • PRO'CONFORT FRANCE |
| • DESIPER | • LES VINDEPENDANTS | • R'OSE |
| • DIFFUSION DE PRODUITS HERMETIQUES | • LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS | • SEEH |
| • ECORENOVE | • MAGASINS BLEUS | • SEXY PRIVE |
| • ELORA | • MAISON VIE & SANTE | • SISSI & CIE |
| • EQUILIBRE ET SANTE | • MELISHOP | • SOFT PARIS |
| • ETS GONTHIEZ FRERES | • NATURA EUROPA | • STAMPIN'UP FRANCE |
| • EVASOL | • NETWORK WORLD ALLIANCE FRANCE | • STANHOME FRANCE |
| • FABRE | • NEW LEXEL COSMETICS | • STELLA & DOT FRANCE |
| • FAJARAS | • NIKKEN FRANCE | • SYLCO |
| • FAN D'ASSIA | • NOANE | • T&T NATURE |
| • FERDINAND PIEROTH | • NORCA | • TOP LIM |
| • FLEUR D'ARMILLE | • NU SKIN FRANCE | • TUPPERWARE FRANCE |
| • FLEUR DES MAUGES | • NUTRIMETICS FRANCE | • VENDIOSE |
| • FOREVER LIVING PRODUCTS FRANCE | • O'FEEL LINE | • VIP DOMOTEC FRANCE |
| • FREDERIC'M FRANCE | • O'KISS | • VORWERK FRANCE |
| • GALUTIN | • OLLY BOUTIQUE | • VVL |
| • GUY DEMARLE | • OPALINE 88 | • WIV FRANCE |
| • GRAND PUBLIC | • PARTYLITE | • WMF FRANCE |
| • HDEUXO AT HOME | | • CONSUMER GOODS |
| • HENRI MAIRE | | • ZABOK |

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6DIS56** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les stratégies gagnantes du e-commerce de mode féminine**
6DIS91 – Mars 2016
- **Le commerce indépendant de proximité face à Internet et au e-commerce**
5DIS44 – Avril 2015

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6DIS56 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____

Société : _____

Adresse : _____

Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/05/2017 (TVA 20,0%).

La vente à domicile

Digitalisation, fidélisation des vendeurs et des clients, nouveaux entrants, etc. : quelles perspectives pour les acteurs d'ici 2017 ?

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607