

## Le DIY\* version chinoise

### Quand le DIY (Do It Yourself – Faites le vous-même) arrive en Chine

Le groupe Kingfisher souhaitait renforcer sa présence en Chine via la différenciation de ses magasins B&Q sur le marché. Nous avons envoyé une équipe en immersion, sur le terrain, pour mener avec les équipes chinoises de B&Q un atelier de réflexion et de design intensif. Un frein majeur à l'entrée sur le marché chinois du DIY a été abordé pendant l'atelier: celui de la confiance. Non pas que les Chinois se désintéressaient du DIY, plutôt qu'ils ne savaient pas comment se positionner par rapport à cette offre.

### Apprendre à avoir confiance

Notre objectif, aider B&Q à tourner ce frein à son avantage en développant un concept de magasins devant fournir aux clients la confiance nécessaire pour aborder le DIY; la clé étant l'apprentissage. Ceci impliquait de mettre en place des « centres de design » où les clients pouvaient planifier l'aménagement de leur appartement (avec des plans, maquettes et budgets) tout en étant conseillés par des employés formés et en participant à des ateliers et démonstrations. Un show-room adjacent à la cafétéria proposait également une large sélection de produits qui devaient permettre de donner vie aux projets. La façade de ces centres s'adressait également aux clients chinois avec une phrase qui faisait davantage sens pour eux « Achetez le vous-même ».

### De un à cent

B&Q est entré sur le marché chinois en 1999. En 2006, la direction de B&Q annonçait le passage à 100 magasins en Chine à l'horizon 2010. Des magasins qui ont ainsi lancé le concept du DIY en Chine.

\*Do It Yourself – Faites le vous-même



### CONTACT

Christian de Bergh

[c.debergh@dragonrouge.com](mailto:c.debergh@dragonrouge.com)