

imadeo



En collaboration avec



DIGITAL ET MAGASINS QUE VEULENT VRAIMENT LES CONSOMMATEURS ?



2018

ANALYSE DES ATTENTES D'INNOVATION
POUR LES ACHATS EN MAGASIN EN SUISSE

rain h
stay



TIME	SCORE
0	15

game over

You Scored 15

cancel

imadeo

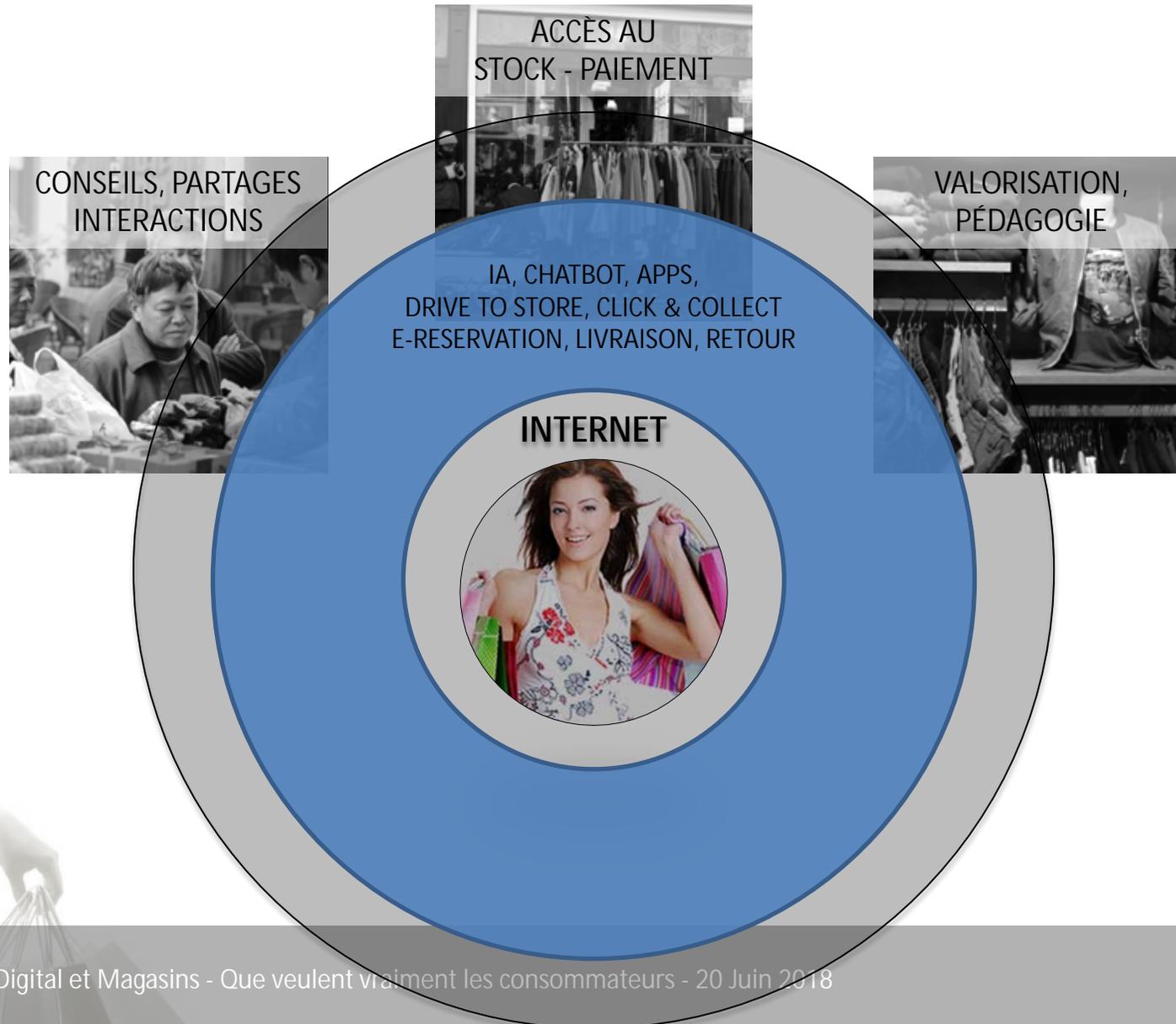


imadeo



Les principales fonctions du magasin

imadeo



imadeo



1

Profil

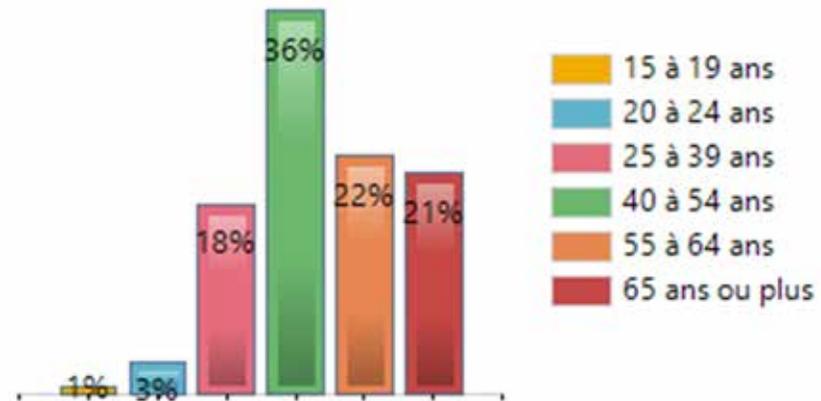
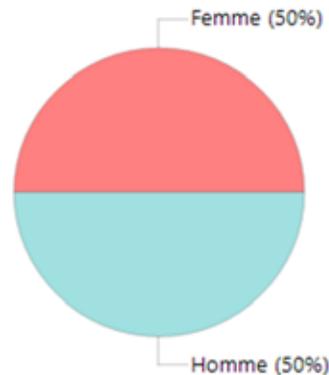
Qui sont les répondants?

Les répondants

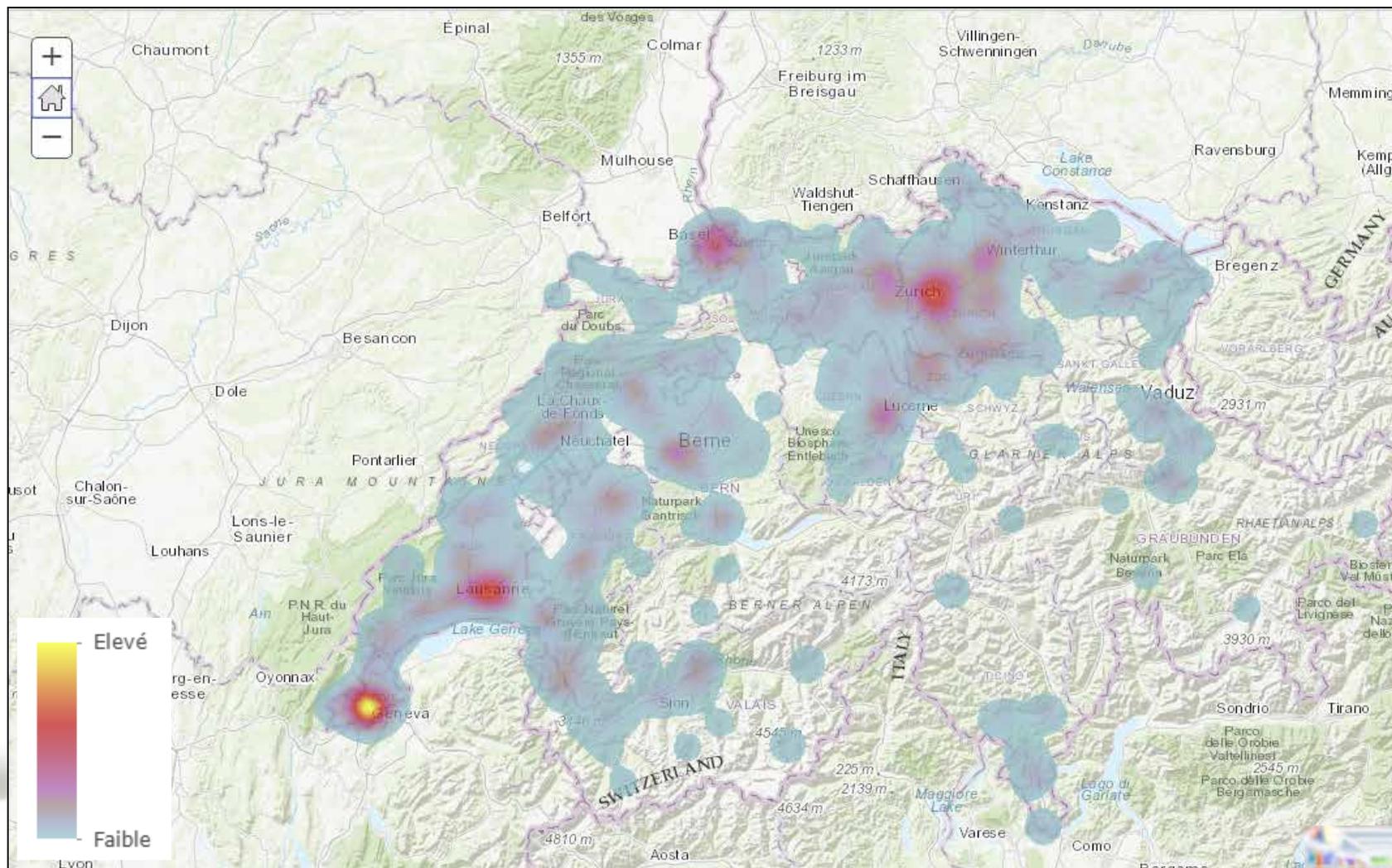


- § 1'600 personnes résidant dans toute la Suisse
- § Interrogées en ligne en Janvier 2018
- § Extraction d'un échantillon redressé de 850 répondants représentatifs de la Suisse

	Nb	% cit.
Homme	425	50%
Femme	425	50%
Total	850	100%



Répartition géographique des répondants



imadeo



2

INNOVATION ET MAGASINS

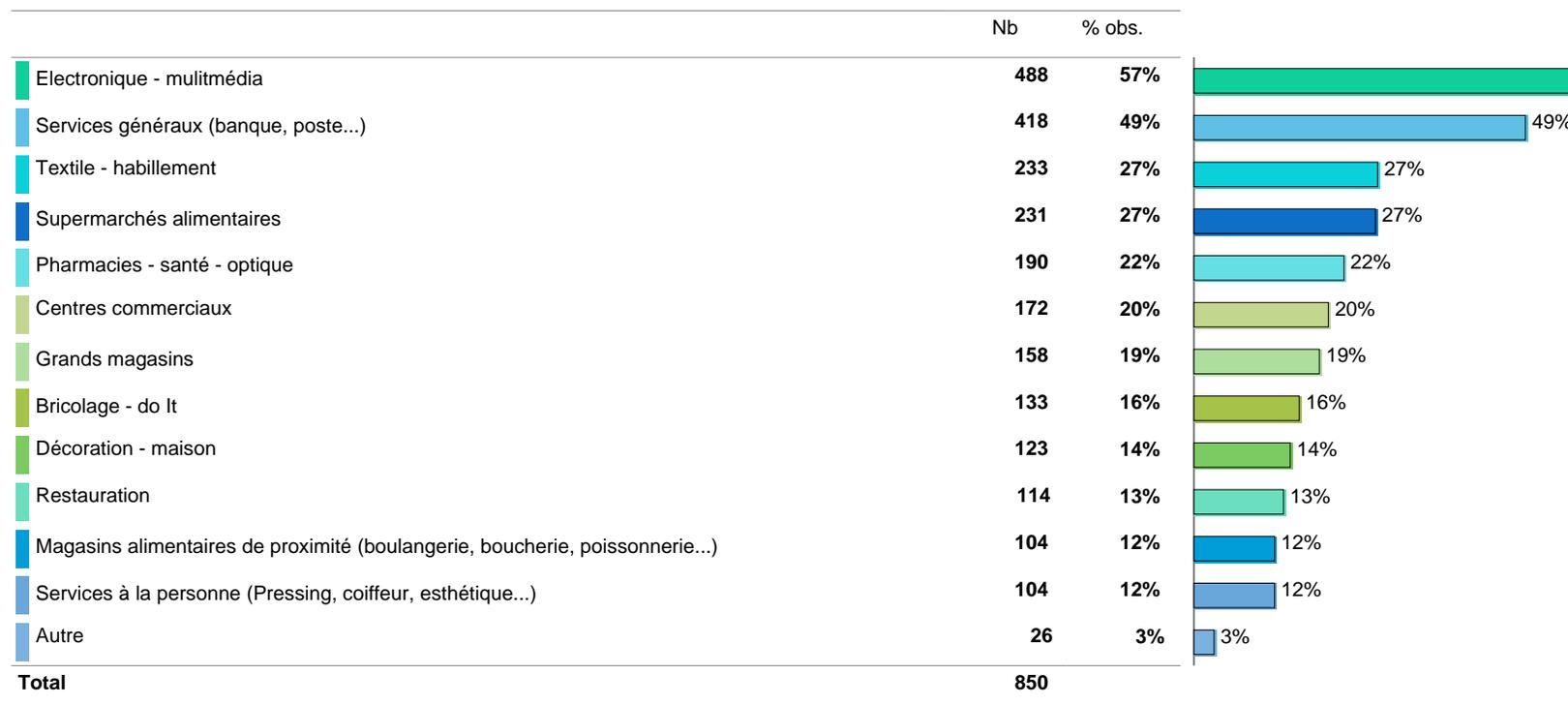


Attentes d'innovation par secteur



Selon vous, quels secteurs du commerce doivent le plus innover / évoluer en intégrant plus de Digital ?

plus innover / évoluer en intégrant plus de Digital ?



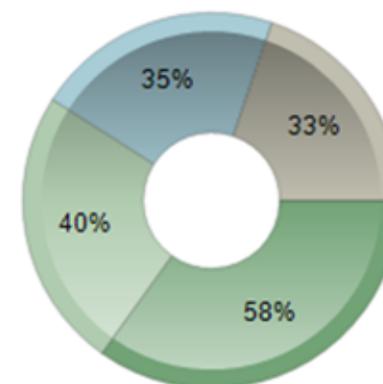
Domaines d'innovations attendues



§ Pour la majorité des répondants (58%), l'innovation doit d'abord prendre place autour de l'expérience client AVANT la visite en Magasin.

Globalement, vos attentes d'innovations concernent plutôt :

	Nb	% obs.
 Ce qui se passe AVANT la visite Magasin (recherche internet, réservation produit...)	495	58%
 Ce qui se passe DANS le Magasin (bornes, wifi, paiement,...)	343	40%
 Ce qui se passe APRES le passage en magasin (livraison, Service Après Vente...)	300	35%
 Ce qui se passe EN DEHORS du magasin (communication, offres promotionnelles, fidélisation)	281	33%
Total	850	





3

PARCOURS
SHOPPING



Recherches Internet avant achat



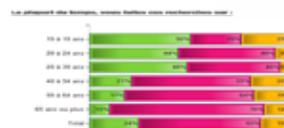
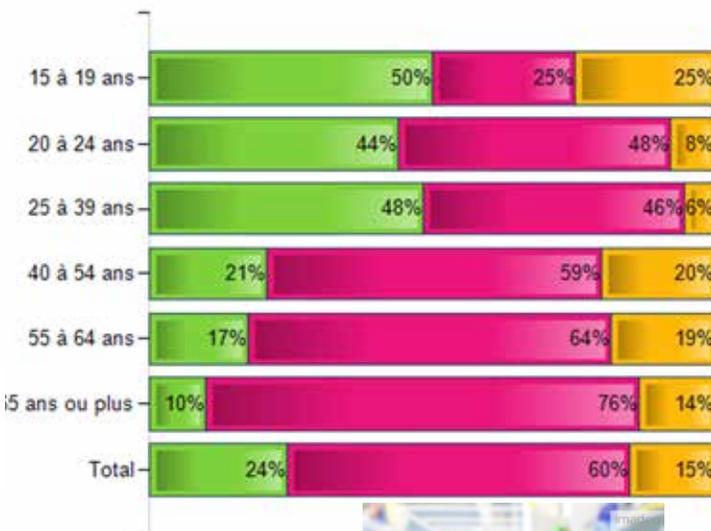
§ Elles concernent presque tous les consommateurs Suisses (86%) et les moins de 39 ans les réalisent en majorité sur Smartphone ou Tablette.

Vous faites régulièrement des recherches sur internet sur les produits que vous souhaitez acheter ?

	Oui		Non	
	N	% cit.	N	% cit.
15 à 19 ans	4	80%	1	20%
20 à 24 ans	25	96%	1	4%
25 à 39 ans	143	95%	8	5%
40 à 54 ans	251	83%	53	17%
55 à 64 ans	166	88%	23	12%
65 ans ou plus	140	80%	35	20%
Total	729	86%	121	14%

Pourcentages en ligne par tranche d'âge. Les éléments sur / sous représentés sont coloriés. La relation Age – Recherches sur internet est très significative statistiquement.

La plupart du temps, vous faites ces recherches sur :



Canaux d'achat



- § Une forte ouverture aux achats sur Smartphone jusqu'à 39 ans.
- § Les enceintes connectées plus importantes que les réseaux sociaux ou les assistants vocaux.
- § Proportion de réfractaires (« Rien de tout ça ») grandissante avec l'âge.

Seriez-vous prêts à acheter :

Seriez-vous prêts à acheter :

Seriez-vous prêts à acheter :

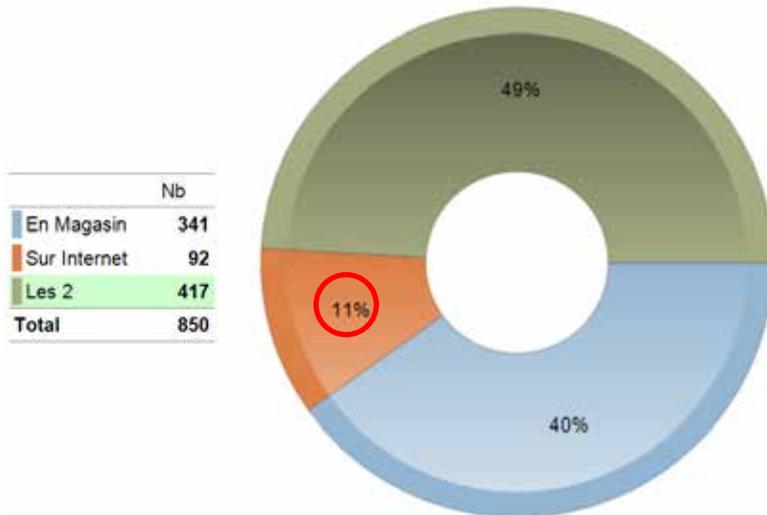


Profils d'acheteurs



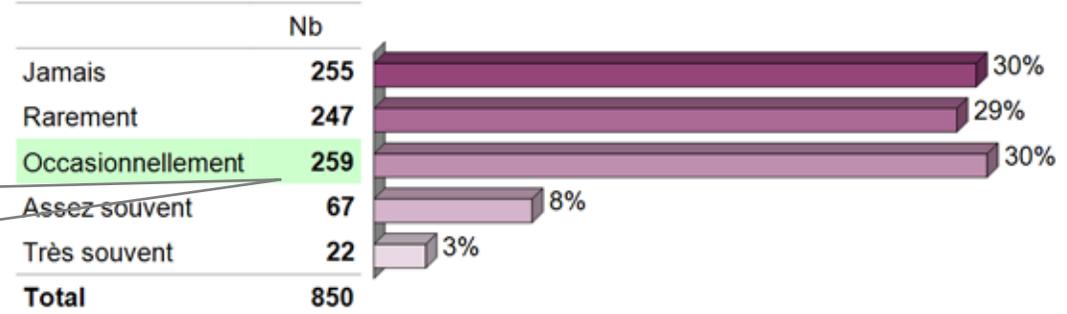
§ Les acheteurs « pure internet » restent très minoritaires (11%)

D'une manière générale, vous préférez faire vos courses :



Le Showrooming (repérage en magasin pour achats en ligne) concerne **plus de 40%** des consommateurs Suisses (de «Occasionnellement» à «Très souvent»)

Faites-vous du repérage en magasin pour vos achats en ligne?

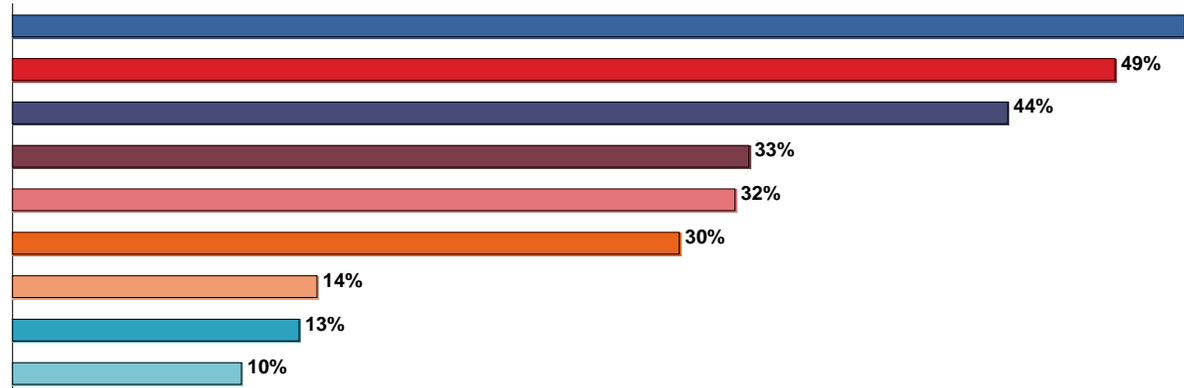


Influenceurs d'achat



§ Les bons de réduction et avis (clients et entourage) constituent les premiers leviers d'influence des achats en magasin.

Vous êtes influencé(e)s dans vos achats en magasin par :



imadeo



4

ATTENTES PAR
ETAPE DU
PARCOURS
CLIENT

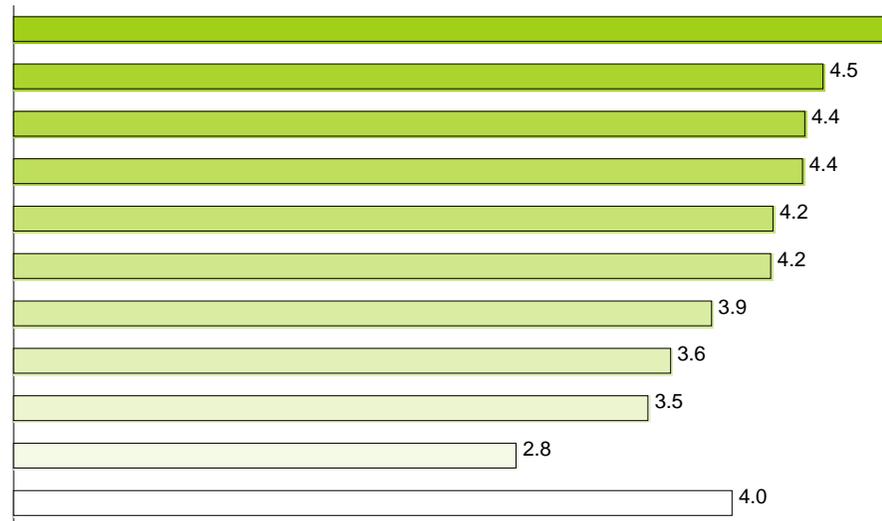


AVANT le passage en magasin

§ Informations détaillées, stock et promotions en cours sont clés avant le passage en point de vente



J'aimerais pouvoir accéder facilement à :



Valorisation des échelons : 1 (Pas du tout) ; 2 (Plutôt non) ; 4 (Plutôt oui) ; 5 (Tout à fait).

Total = Moyenne des réponses. Permettant de visualiser les éléments sur représentés / sous représentés

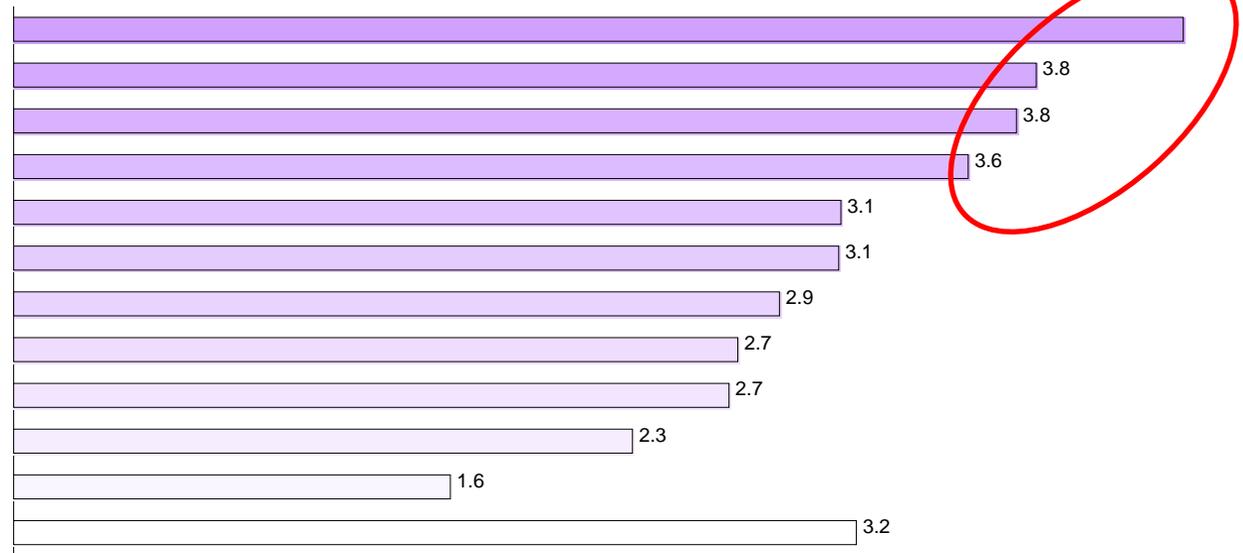


DANS le magasin



§ Même choix que sur internet, livraison, Wifi et click and collect sont au cœur des attentes des consommateurs en magasin

J'aimerais pouvoir accéder facilement à :



Valorisation des échelons : 1 (Pas du tout) ; 2 (Plutôt non) ; 4 (Plutôt oui) ; 5 (Tout à fait).
Total = Moyenne des réponses



DANS le magasin

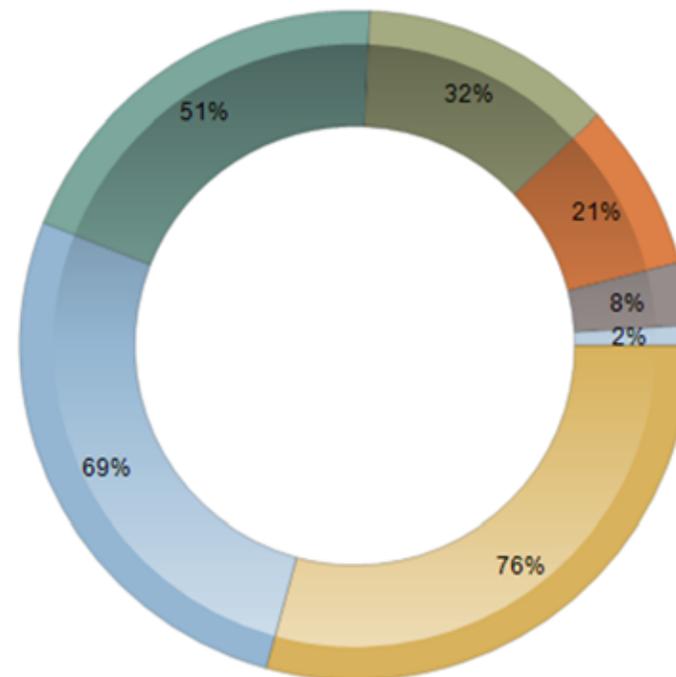


§ Des écrans et bornes en magasin : oui mais les consommateurs attendent de vraies innovations utiles pour améliorer l'expérience en magasin !

Les écrans et bornes en magasin devraient aider à :

	Nb	Imp.
Gagner du temps	644	4,6
S'orienter	588	4,6
A guider les clients dans leurs choix	434	2,7
Améliorer l'expérience des clients en magasin	268	1,7
Se démarquer des concurrents	178	1,0
Rien de tout ça	67	0,4
Autre	21	0,08
Total	850	

Imp. = « Importance » qui est calculée en fonction du rang moyen auquel la modalité a été citée : Plus grande importance = Plus grand nombre de fois que cité dans les premières places.



Pourcentages sur les répondants : taux des répondants ayant choisi cette réponse / modalité.

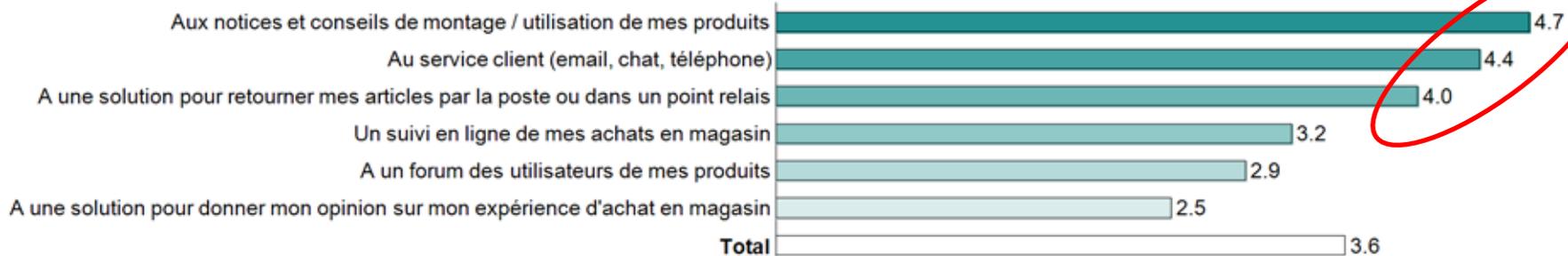


APRÈS le passage en magasin

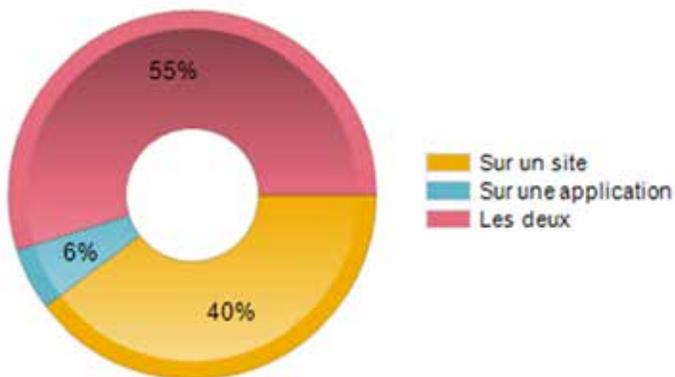


§ Notices, Service client et solution de Retour produit attendus sur un site et pourquoi pas sur une application aussi !

J'aimerais pouvoir accéder facilement:



Valorisation des échelons : 1 (Pas du tout) ; 2 (Plutôt non) ; 4 (Plutôt oui) ; 5 (Tout à fait).
Total = Moyenne des réponses



imadeo



6

Conclusion



Conclusion



- § Cette étude réalisée en collaboration avec Sparkle Digital Conseil nous rappelle que si l'essentiel du commerce est encore réalisé en magasin, **près de la moitié (49%) des consommateurs Suisses souhaite combiner Internet et Magasin dans leurs parcours d'achat**. La demande d'innovations est de plus en plus forte.
- § Les consommateurs souhaitent de réelles **améliorations dans l'information produit, promotions en cours et stock magasin** qui leur est donnée **avant leur passage en point de vente**. C'est aussi sur ces aspects que leur attente est la plus forte.
- § En magasin, plus que des bornes et écrans « gadget », les consommateurs souhaitent avoir à disposition **l'offre produit accessible en ligne, des solutions de livraison, du wifi gratuit et des points de retrait Click and collect**.
- § Mais cette étude révèle aussi que le challenge du commerce de détail est désormais de satisfaire **conjointement** des clients qui ont **des profils très différents selon leur âge** en terme de **canaux d'achat** et de **perception des enseignes**.
- § La définition d'une **Stratégie Cross-canal ambitieuse et multi-clients** est donc désormais **une priorité pour fidéliser les consommateurs Suisses**.





Etude complète disponible sur notre site **GRATUITEMENT**



DIGITAL ET MAGASINS - 2018



imadeo



Merci de votre
attention

Genève

275 Route de Saint-Julien
CH-1258 Perly

+41 22 548 09 19

info@imadeo.com

www.imadeo.com

