

## Rapport :

Comment développer  
une stratégie digitale  
e-Commerce efficace en  
2020 ?

# Introduction

Savez-vous que 88% des Français achètent en ligne ? Savez-vous que 95% des 25-44 ans privilégient désormais ce mode de consommation ?

Mais qu'attendent-ils vraiment de vous ? Quelle expérience d'achat recherchent-ils ?

Smartphone, personnalisation, interactivité ou modes de paiement : quelles sont leurs priorités ? Qu'est-ce qui fait la différence et crée la préférence ? Quelle place pour l'intelligence artificielle ou les questions environnementales ? Pour le savoir, nous avons sollicité les premiers concernés : les consommateurs.

Une étude mondiale, pour un état des lieux concret des usages e-commerce. En partenariat avec ses clients, DIGITALISIM s'est efforcé de répondre à cette problématique en menant son enquête.

Ce rapport se focalise plus particulièrement sur le point de vue des acheteurs français, mais aussi sur les perspectives et opportunités du marché français.



# Où en sont les consommateurs ?



## Une émergence tardive mais bien réelle du commerce online français

88% des consommateurs français affirment effectuer leurs achats en ligne. Un tel score prouve que le commerce en ligne est très bien établi dans les habitudes et les usages des Français. À titre de comparaison, c'est une tendance que l'on retrouve presque à l'unanimité en Europe.

Ainsi, 83% des Anglais disent acheter en ligne. Mais ce sont véritablement les Italiens qui détiennent le meilleur score avec 98%. On peut d'ailleurs remarquer que le recours au commerce online est légèrement moins plébiscité chez les plus de 55 ans : 87% contre 94% chez les 18/54 ans. Cette tendance conforte l'idée d'un marché qui continue sa croissance, avec une utilisation forte des tranches d'âges inférieures, annonçant toujours plus d'opportunités à venir pour les e-commerçants !

*“88% des consommateurs français affirment  
effectuer leurs achats en ligne !”*

# Penser “smartphone” avant de penser “ordinateur”



22% des acheteurs en ligne sont sensibles à la bonne fonctionnalité de la plateforme et du site web sur leur smartphone. Un quart des consommateurs français ajoute qu’il est très important que la plateforme puisse fournir une expérience online de qualité mais aussi in-app (c’est-à-dire, toutes les actions s’effectuant sur une application mobile).

L’importance de l’expérience sur mobile est encore plus probante chez les 25/34 ans : 42% l’estiment incontournable, soit deux fois plus que la moyenne globale des acheteurs en ligne.

*“Si vos produits ou services s’adressent surtout à une large population, il faudra faire de l’expérience mobile une priorité. Pour votre marque, c’est un incontournable !”*

# Physique VS Digital :

## Repenser son parcours d'achat



29% des utilisateurs français sont favorables à un modèle mixte online/in store, c'est-à-dire avec un parcours d'achat initié sur Internet (sélection, comparatif, voire paiement en ligne) et une collecte en point de vente.

Ce sont les consommateurs français qui plébiscitent le plus cette préférence parmi les autres pays d'Europe.

Par ailleurs, la moyenne mondiale est plus modérée puisqu'elle est de 22%. C'est un argument clé dans le parcours d'achat qui l'associe à une simplification des modalités de retours et de réception.

*“29% des utilisateurs français sont favorables à un modèle mixte online/in store”*

# Travailler son ergonomie et l'accès à l'information



## Une recherche intuitive : la base d'un parcours réussi

La simplicité de la phase recherche (fonction "recherche" mais aussi la structure et l'ergonomie du site pour favoriser une navigation intuitive) constitue également un point prioritaire des achats en ligne des Français. 51% d'entre eux recherchent en effet un site qui permet de trouver facilement et rapidement les informations dont ils ont besoin.

Si l'internaute ne trouve pas exactement ce qu'il cherche, il considère que cela n'existe pas ! Favorisez une navigation simple et ergonomique de votre plateforme. Pour cela, la mise en place d'une fonctionnalité "recherche" qui donne aux acheteurs des informations claires et efficaces constitue une étape essentielle !

*“La simplicité de la phase recherche constitue également un point prioritaire des achats en ligne des Français*

# Fuidifier le processus de vente et de paiement



## La fluidité des transactions

Un quart des acheteurs en ligne se disent sensibles à la rapidité de leur expérience d'achat. Il s'agit ainsi de fournir aux consommateurs un aperçu clair de l'ensemble du parcours et des transactions condensées en un minimum de clics. À cela s'ajoute un temps de chargement réduit du site web : une priorité pour 31% des Français !

Enfin, pour 22% des consommateurs, le parcours idéal ne doit pas excéder deux minutes entre la sélection du produit et la fin de la transaction de paiement.

Vos produits sont attractifs, avec un prix compétitif ? C'est bien, mais le panier bien rempli d'un consommateur n'est pas forcément synonyme de transaction ! Un tunnel de conversion bien pensé est donc primordial pour assurer la finalisation de la vente. Privilégiez un circuit court, composé seulement des étapes nécessaires, avec une présentation optimale pour l'internaute.

*“La totalité du parcours ne doit pas excéder 2 minutes !”*

# A propos

## La réussite des entreprises passe par l'innovation web, le marketing digital, et la relation client !

Chez DIGITALISIM, nous avons l'intime conviction que la réussite des entreprises passe par l'innovation web, le marketing digital, et la relation client ! C'est pourquoi, nos experts sont à la fois capables de gérer votre projet de création de site internet, votre référencement (SEO/SEA...), vos campagnes marketing (E-Mailing, SMS, MMS...) mais aussi le pilotage et l'intégration de votre CRM (SalesForce, Hubspot, ...) ! Fort de notre expérience dans plusieurs domaines d'activités, nous accompagnons déjà de nombreuses entreprises leader de leur marché afin de proposer la ou les solutions les plus adaptées à votre contexte et vos objectifs.

Quelque soit votre problématique, notre offre se décompose en 3 grands axes :

+ de prospects

+ de clients

Rendez-vous sur [www.digitalisim.fr](http://www.digitalisim.fr)

  
DIGITALISIM  
EXPERT EN PARCOURS