



Le E-commerce progresse ...

« C'est dans les mentalités »

« La marche du E-commerce est en avant »

« Les magasins ne peuvent pas rivaliser avec Internet »

**... aussi parce que les points de vente
ne parviennent pas toujours à satisfaire leurs clients!**

**Pour Noël,
22% des achats online auraient dû se faire en magasin**

(ces clients ont effectué leurs achats sur le web suite à un échec à l'achat en magasin)

Comment mieux satisfaire ces acheteurs, déçus de l'expérience magasin ?



« une ouverture le dimanche »

« des horaires élargis »

des points de vente + accessibles

« moins de queue en caisse »

rendre les visites magasins plus efficaces

des courses plus rapides

« des vendeurs plus disponibles »

....donner des raisons de préférer les points de vente

un point de vente **plus** humain

« Un meilleur accueil par les vendeurs et mieux formés sur les produits qu'ils vendent, ils ne savent même pas comment fonctionnent leurs articles »

devenir véritablement orienté clients

+ de professionnalisme

+ d'ambiance

« Il y a trop d'endroits qui ne font du chiffre et peu de service client.

C'est : "tu prends, tu payes, et puis c'est tout"»

des vendeurs plus empathiques

« Que les prix se valent »

réduire les écarts de prix ou les justifier

« pas de ruptures de stock » + de choix

tous les possibles, tout de suite

« Marges des commerçants à baisser »

disponibilité des produits

« livraison rapide et gratuite »

« Que le magasin vienne à domicile »

.... s'inspirer des atouts du web ...

« Pourquoi les magasins ne pourraient-ils pas être plus proches de moi ? »

abolir la distance

« Que les magasins ne soient plus placés hors des villes »

renforcer les services et les signes de proximité

« Que les magasins traditionnels puissent livrer à domicile lorsqu'on habite loin d'une ville »



catégories de produits
achetés sur internet pour les cadeaux de Noël :

63% jeux / jouets

58% produits culturels

56% alcools

54% beauté

52% prêt à porter / accessoires mode

Etude Côté Clients réalisée du 6 au 10 janvier 2012 auprès de 500 acheteurs de cadeaux de Noël sur Internet
(filtrés sur base d'un échantillon représentatif national en termes de sexe, âge, CSP, Région).