

Les Français demandent des boutiques et des vendeurs connectés



Les Français demandent des boutiques et des vendeurs connectés

Les magasins doivent-ils accélérer leur transformation numérique ? Selon cette étude d'OpinionWay, les Français sont agacés par le manque de connaissance client et les lacunes des vendeurs sur le conseil.

Le b.a.-ba de la relation-client est de reconnaître les personnes qui ont déjà acheté dans sa boutique, et quels produits. La pratique est répandue dans les petits commerces auprès de la clientèle la plus fidèle. Elle l'est aussi, de façon moins chaleureuse, sur les sites e-commerce, notamment grâce aux cookies. Toujours est-il que lorsqu'on fait une moyenne, les consommateurs regrettent de ne pas être reconnus en boutique.

Extrait du film Minority Report

Ce constat est fait par OpinionWay au travers d'une étude auprès d'un millier de personnes pour le vendeur de meubles en ligne Miliboo – précisons que ce dernier a lancé cet automne une boutique ultra-connectée à Paris. Selon cette étude, tout juste 13% des consommateurs interrogés ont ainsi le sentiment que les magasins se souviennent des problèmes qu'ils ont rencontrés lors de leurs derniers achats, 22% pensent que les magasins se rappellent de la dernière fois qu'ils sont venus et 24% ont l'impression que les magasins les connaissent.

« Les Français attendent des vendeurs plus d'implication. Il est important pour eux qu'ils puissent répondre à leurs questions immédiatement, sans hésitation ni délais », argumente Aline Buscemi, co-fondatrice de miliboo.com. Les consommateurs attendent également « un service toujours plus poussé et personnalisé ».

Avoir un meilleur conseil

Autre constat : six Français sur dix veulent gagner du temps en boutique – cet argument est souvent avancé par les personnes préférant acheter sur Internet. Plus de six personnes sur dix demandent une accélération du passage en caisse, et près de huit sur dix aimeraient récupérer en boutique un achat effectué en ligne.

Les trois quarts, enfin, voudraient connaître l'état des stocks des magasins en temps réel afin d'éviter de se déplacer pour rien. C'est dans cette optique que des sites de Web-to-store comme Socloz se développent.

Dernier constat accablant – et sévère, disons-le – pour les commerçants en dur : les deux tiers des Français interrogés déclarent que les vendeurs ne savent pas donner de conseils en boutique. Ils sont, du reste, 57% à en appeler à un équipement des vendeurs en smartphones ou tablettes afin de pêcher des informations à même de les renseigner. Si bien qu'un Français sur cinq serait même prêt à payer un peu plus cher pour cela.

Visite de la boutique du futur par Cegid

Après cette lecture, quel est votre avis ?

Cliquez et laissez-nous un commentaire...

Source

:
<http://pro.clubic.com/actualite-e-business/actualite-743139-magasins-connectes-etude.html>