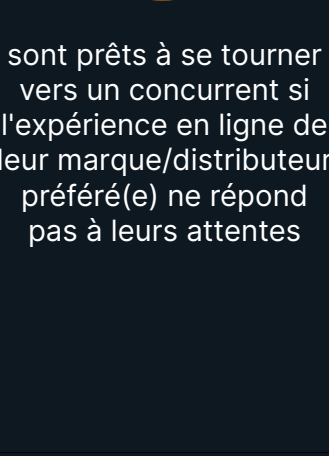


Retail et marques : L'importance de l'expérience client

NUXEO

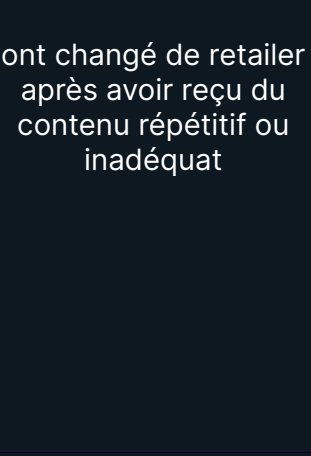
L'importance d'une expérience client riche



sont prêts à se tourner vers un concurrent si l'expérience en ligne de leur marque/distributeur préféré(e) ne répond pas à leurs attentes



sont plus fidèles à un détaillant capable de proposer une expérience client exceptionnelle



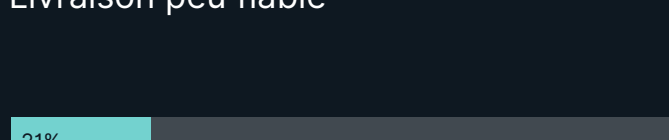
ont changé de détaillant après avoir reçu du contenu répétitif ou inadéquat

Cinq défis majeurs rencontrés durant le processus d'achat

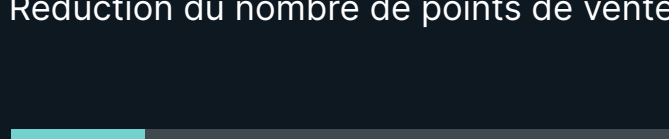
■ Génération Z (16-24 ans) ■ Tout âge



Informations produits insuffisantes (photos, vidéos, descriptions)



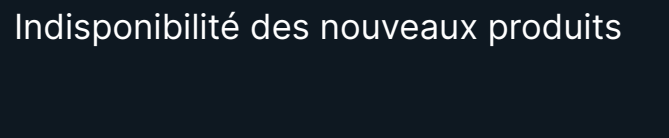
Livraison peu fiable



Réduction du nombre de points de vente physiques



Politiques de retour et d'échange peu claires



Indisponibilité des nouveaux produits

Le rôle de l'information produit

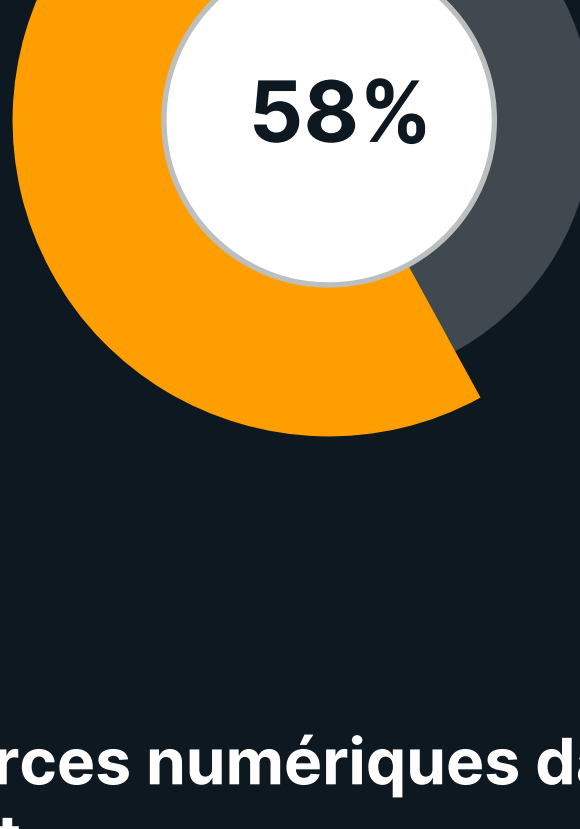
« je suis plus fidèle à une marque me proposant des Informations produits pertinentes et à jour »



« des informations produits insuffisantes/inadaptées sont un obstacle à l'achat »



« je serais prêt à me tourner vers la concurrence si un détaillant propose des informations produits insuffisantes sur son site »



Le rôle des ressources numériques dans le parcours d'achat

50%

↑ des consommateurs se désintéressent d'un site proposant des visuels de mauvaise qualité, surtout s'il s'agit des photos d'un produit.

Images



Les images sont très importantes pour moi lorsque j'effectue des achats en ligne



J'aime avoir accès à des images à 360° lorsque j'achète des produits en ligne



Des images de mauvaise qualité m'empêchent d'acheter

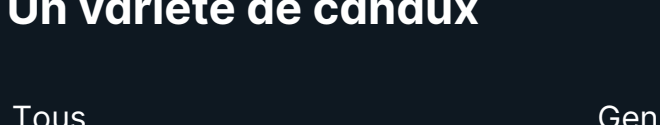


Des images pixelisées ou avec une mauvaise résolution sont frustrantes

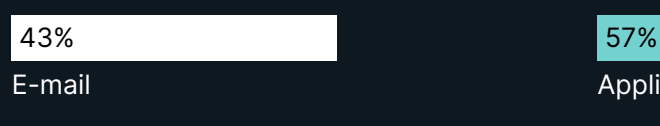
Vidéos



Il peut m'arriver de regarder une vidéo avant de réaliser un achat



Je m'appuie souvent sur les vidéos pour prendre une décision

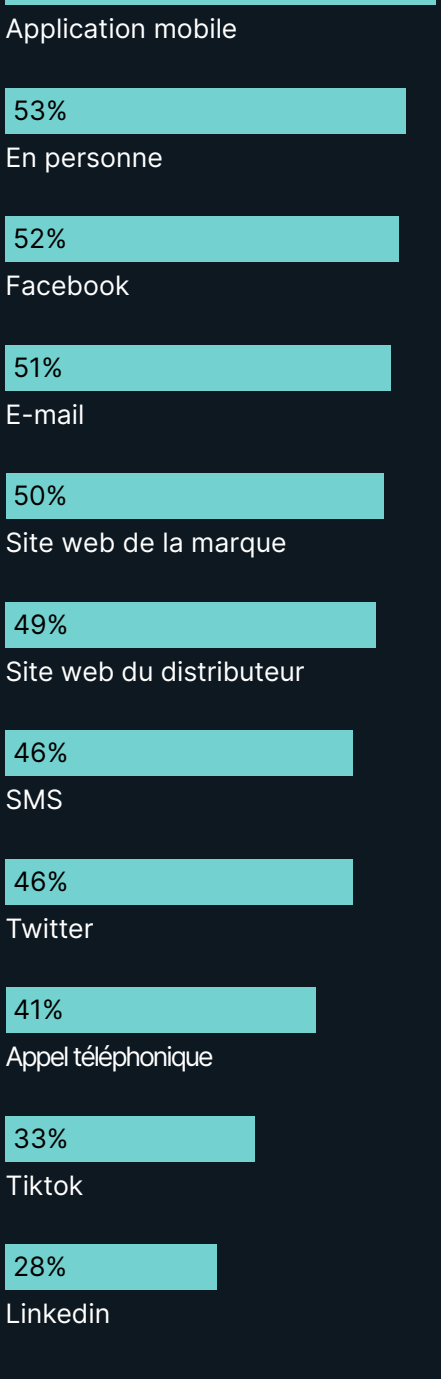


Je n'achète jamais un produit si je n'ai pas d'explications en vidéo

Interactions avec les marques

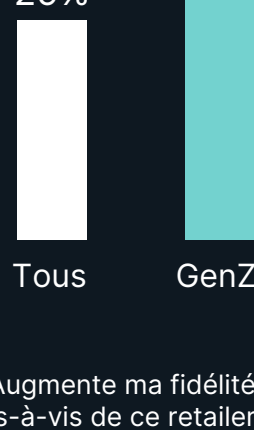
Comment les consommateurs interagissent avec leurs marques/détaillants préférés ?

Un variété de canaux



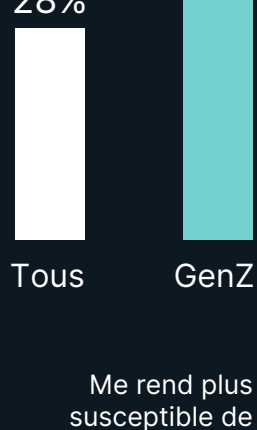
L'impact des contenus personnalisés

Me donne le sentiment d'être valorisé(e)



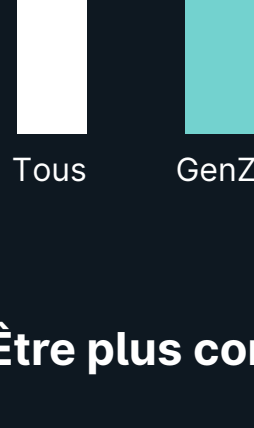
Tous GenZ

Me rend plus susceptible de réaliser un autre achat auprès de ce détaillant



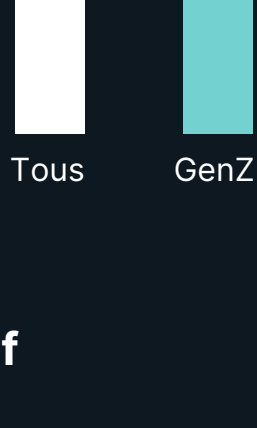
Tous GenZ

Augmente ma fidélité vis-à-vis de ce détaillant



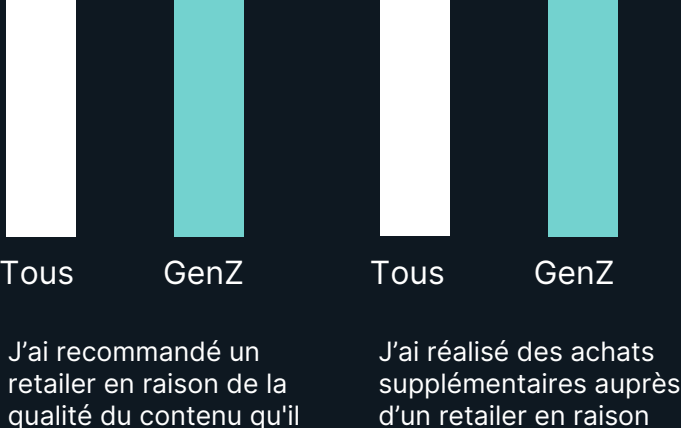
Tous GenZ

Me rend plus susceptible de recommander ce détaillant



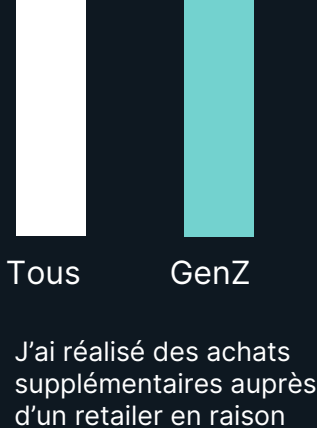
Tous GenZ

Être plus compétitif



Tous GenZ

J'ai recommandé un détaillant en raison de la qualité du contenu qu'il partage



Tous GenZ

J'ai réalisé des achats supplémentaires auprès d'un détaillant en raison de la qualité du contenu qu'il partage

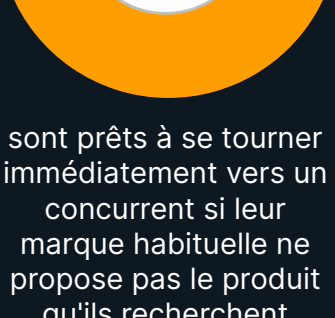
Innovation produit



sont plus susceptibles de réaliser un achat auprès d'une marque innovante



souhaitent que, lorsqu'une nouvelle tendance voit le jour, leur marque de retail préférée la propose sous un mois



sont prêts à se tourner immédiatement vers un concurrent si leur marque habituelle ne propose pas le produit qu'ils recherchent

NUXEO