

Get it'lab



Observatoire des attentes du Clic à la Possession

Une initiative Colizen, Chronopost & Generix Group

Du clic à la possession : Observatoire des attentes des e-consommateurs

Etude Ifop / Get it'lab - Mars 2014



Delphine Mallet
Directrice Générale



Fabien Esnault
Co-Fondateur



Mike Hadjadj
Directeur Marketing
& Communication

info@getitlab.com

- Entre mars et mai 2013, Colizen, leader de la livraison sur rendez-vous, a mené des entretiens auprès des acteurs majeurs du e-commerce ⁽¹⁾ afin de connaître leurs attentes en termes de livraison express et de livraison sur rendez-vous.
- Depuis 2 ans, l'éditeur de logiciels Generix Group étudie les comportements et attentes des Français en matière de livraison sur Internet ⁽²⁾, de modes et de prix mais aussi de process d'achat Cross Canal.
- Chronopost, spécialiste de la livraison express, proche des évolutions des e-commerçants et de leurs clients, développe des offres et services répondant à leurs nouvelles attentes.
- **Cette proximité avec leurs grands clients, ainsi que la richesse des échanges avec les Directions Générales des e-commerçants les plus dynamiques, a mis en évidence le besoin d'approfondir la connaissance des consommateurs, l'envie de mutualiser les savoirs, et de définir ensemble les services de demain.**

- La plupart des e-marchands manque d'informations⁽¹⁾ pour prendre les bonnes décisions quant à l'impact de la maîtrise du délai entre la validation de la commande (clic) et la réception effective de la marchandise (possession).
Ces facteurs impliquent l'ensemble de la Supply Chain et particulièrement l'agilité en préparation de commande et l'efficacité de l'organisation transport.
- L'innovation de service est devenue aujourd'hui le facteur de différenciation essentiel entre les offres des e-marchands.⁽²⁾
- Mutualiser le travail d'analyse des nouveaux comportements consommateurs permet de gagner du temps et de minimiser les coûts de chacun, tout en préservant la confidentialité des données personnalisées.

Créer le premier laboratoire d'étude sur les attentes des e-consommateurs pour réinventer l'expérience e-Logistique de demain

- Explorer les comportements, détecter les nouvelles tendances et identifier les attentes des e-consommateurs qui auront un impact sur la chaîne logistique globale
- Créer les produits et services à valeur ajoutée répondant aux nouveaux besoins de consommation par Internet
- Valoriser la recherche d'innovation des membres du Lab : e-marchands, prestataires logistique et transport
- Développer les échanges entre les acteurs

Livraison J
Web-to-Shop
Livraison H+1
Click and Reserve
Cross Canal Clic to possession
Interactivité
m-Commerce
e-Commerce
Web-in-store
Clic and Collect
Web-to-store
Store-to-web

Initiative



Membres



Get it'lab



Observatoire des attentes du Clic à la Possession

Une initiative Colizen, Chronopost & Generix Group

Du clic à la possession : Observatoire des attentes des e-consommateurs

Etude Ifop / Get it'lab - Mars 2014



Delphine Mallet
Directrice Générale



Fabien Esnault
Co-Fondateur



Mike Hadjadj
Directeur Marketing
& Communication

info@getitlab.com

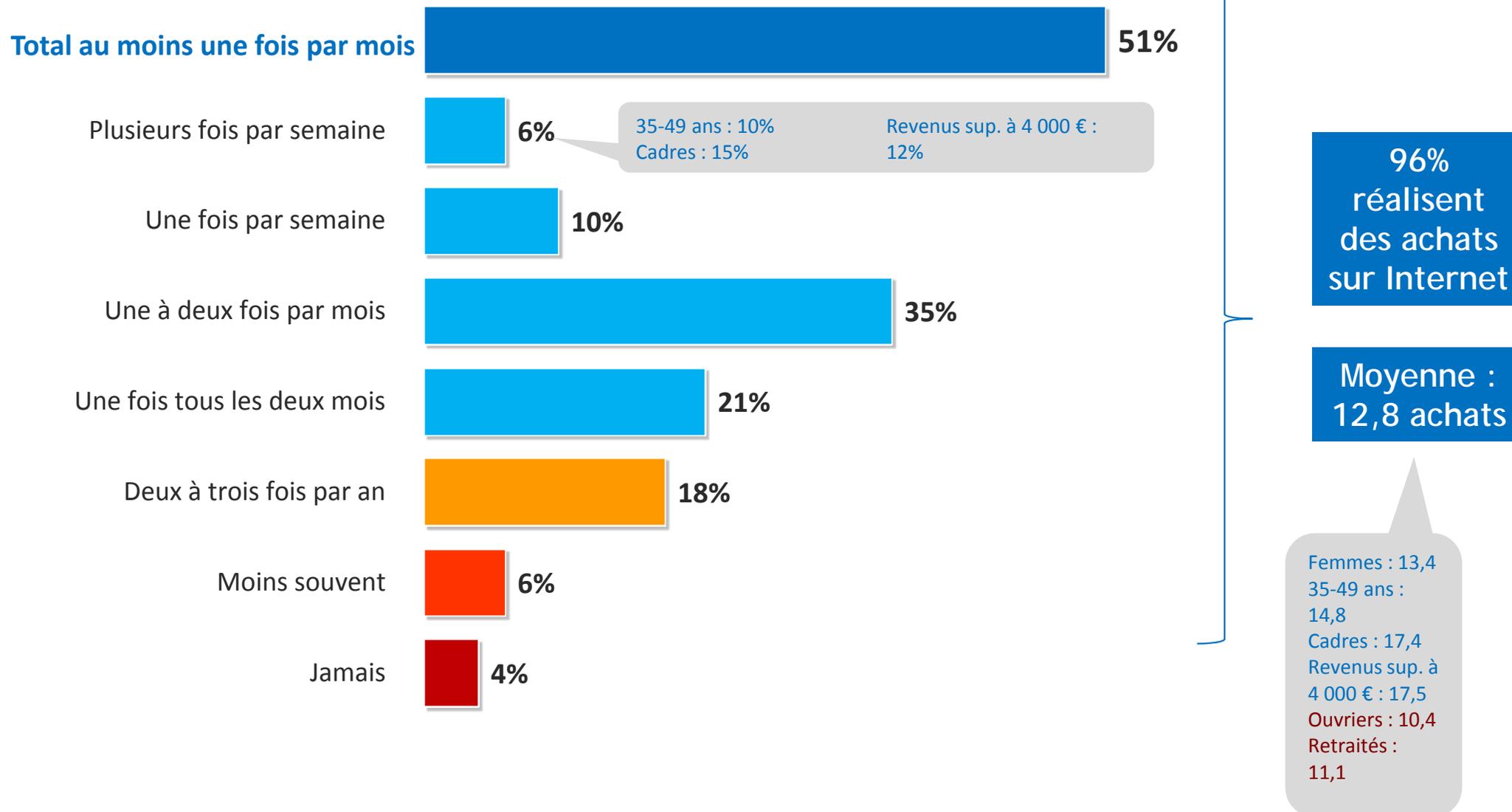
1 | La méthodologie

Etude réalisée pour :	Get it' Lab
Echantillon :	Echantillon de 1010 représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil :	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain :	Du 9 au 10 janvier 2014

2 | Les résultats

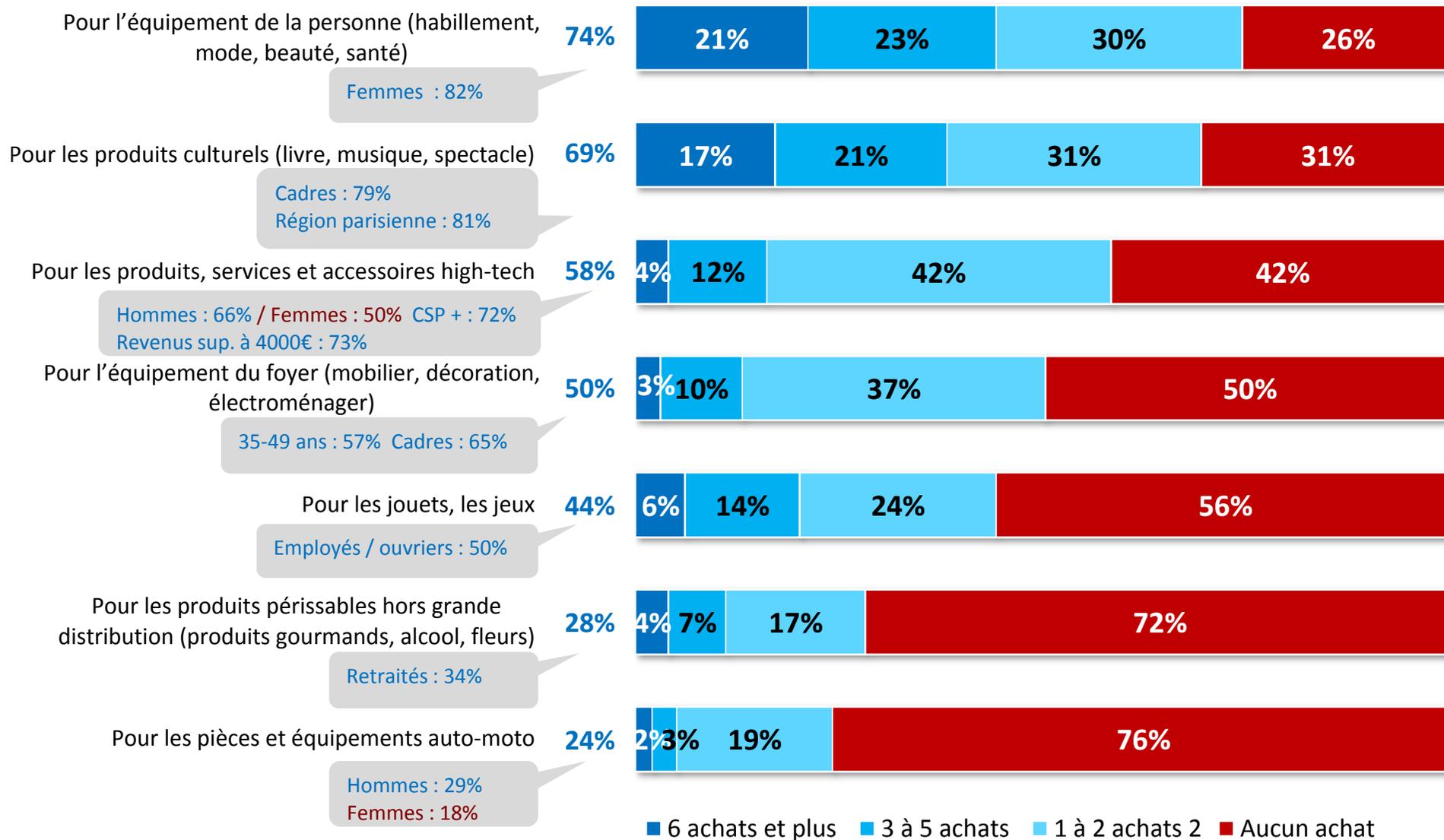
A | Les problématiques rencontrées et la satisfaction

Question : En moyenne, à quelle fréquence faites-vous des achats sur Internet ?

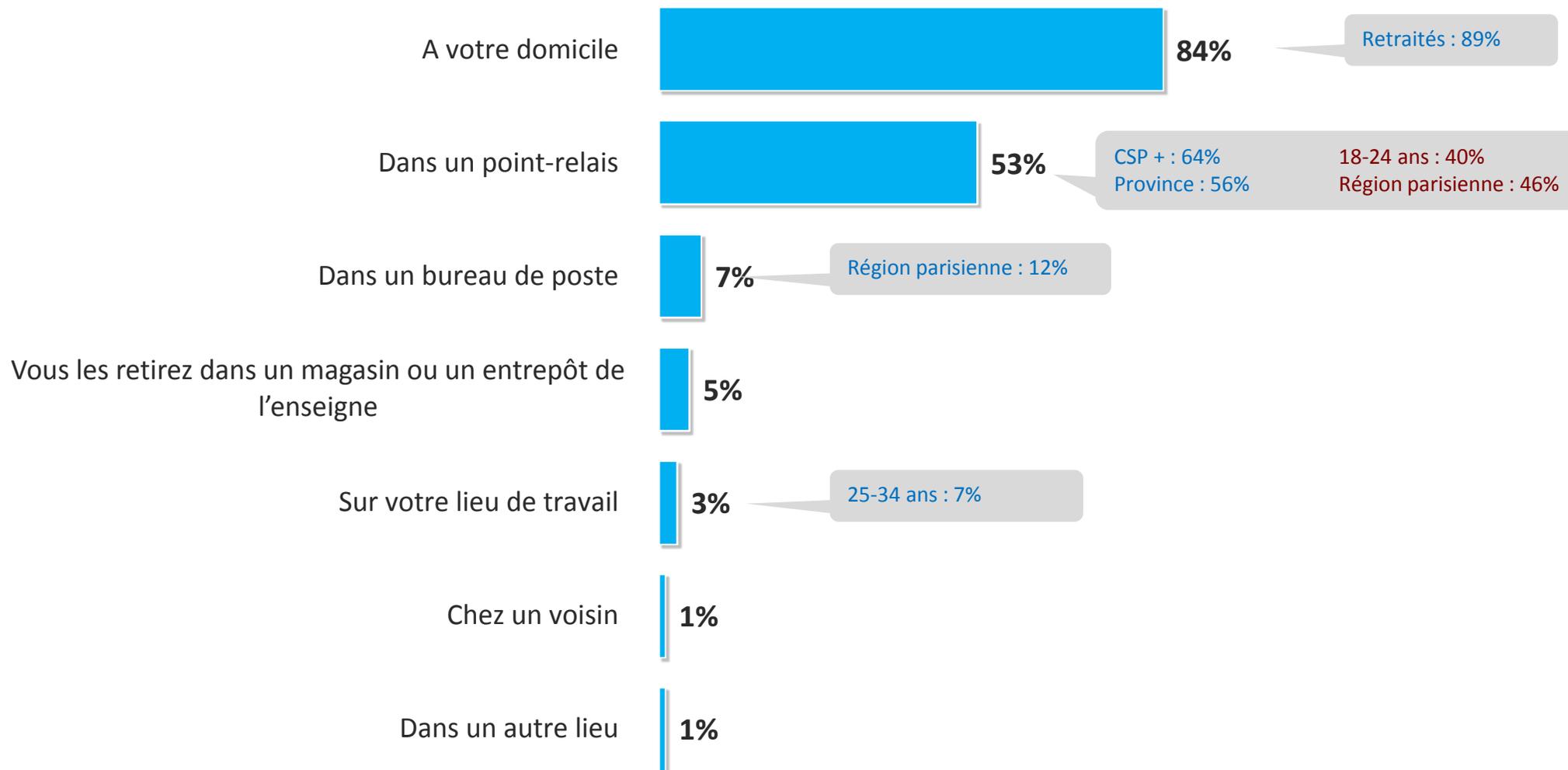


Question : Personnellement, combien d'achats avez-vous effectué sur Internet au cours des douze derniers mois dans chacune des catégories de produits suivantes ?

Au moins un achat



Question : De manière générale, où les produits que vous achetez sur Internet vous sont-ils livrés ?



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

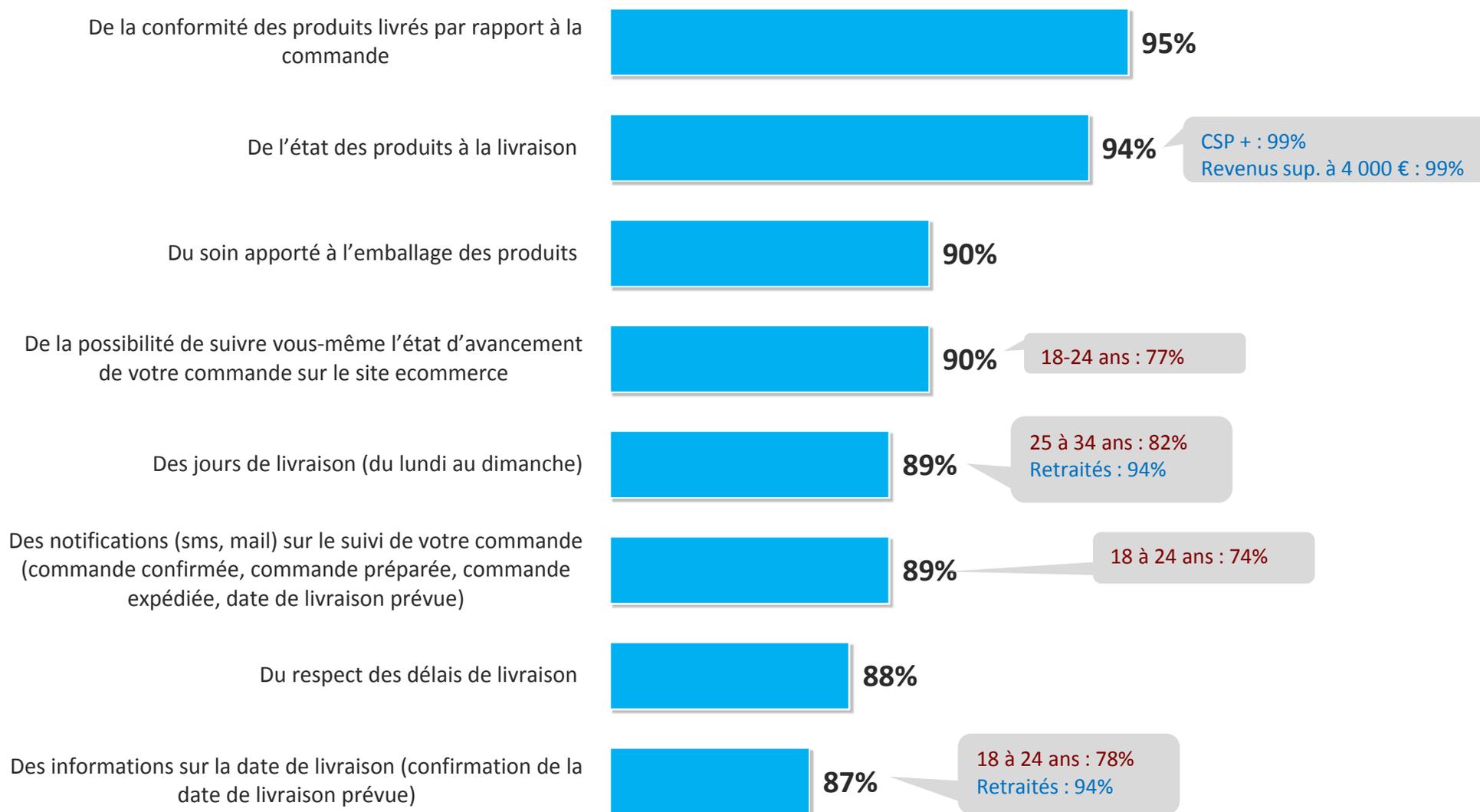
Question : De manière générale, où les produits que vous achetez sur Internet vous sont-ils livrés ?

	A votre domicile	Dans un point relais	Dans un bureau de poste	Vous les retirez dans un magasin ou un entrepôt de l'enseigne	Sur votre lieu de travail	Chez un voisin	Dans un autre lieu
De manière générale	84%	53%	7%	5%	3%	1%	1%
Ont effectué au moins un achat....							
...Equipement de la personne	84%	59%	6%	4%	4%	1%	1%
...Produits culturels	85%	54%	7%	5%	4%	-	1%
...Jouets, jeux	88%	57%	5%	4%	4%	-	-
...Produits, services high-tech	86%	56%	7%	5%	4%	-	1%
...Equipement du foyer	84%	60%	7%	6%	4%	1%	-
...Produits périssables	87%	59%	9%	6%	3%	-	1%
...Pièces et équipements auto-moto	82%	60%	8%	4%	3%	2%	1%

Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

Question : De manière générale, lorsque vous faites des achats sur Internet, êtes-vous satisfait ou pas satisfait... ?

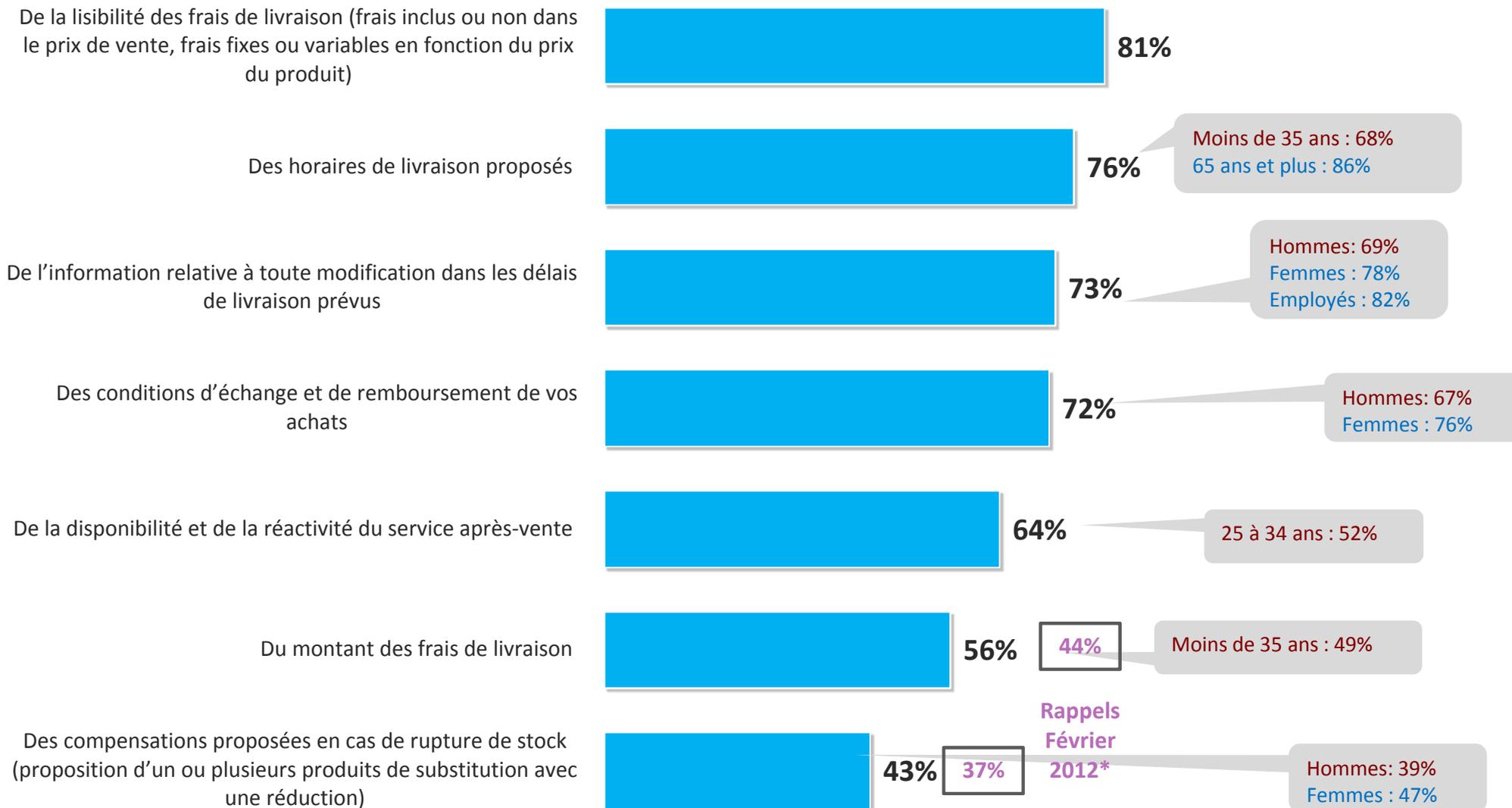
Récapitulatif : Total « Satisfait(e) »



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

Question : De manière générale, lorsque vous faites des achats sur Internet, êtes-vous satisfait ou pas satisfait... ?

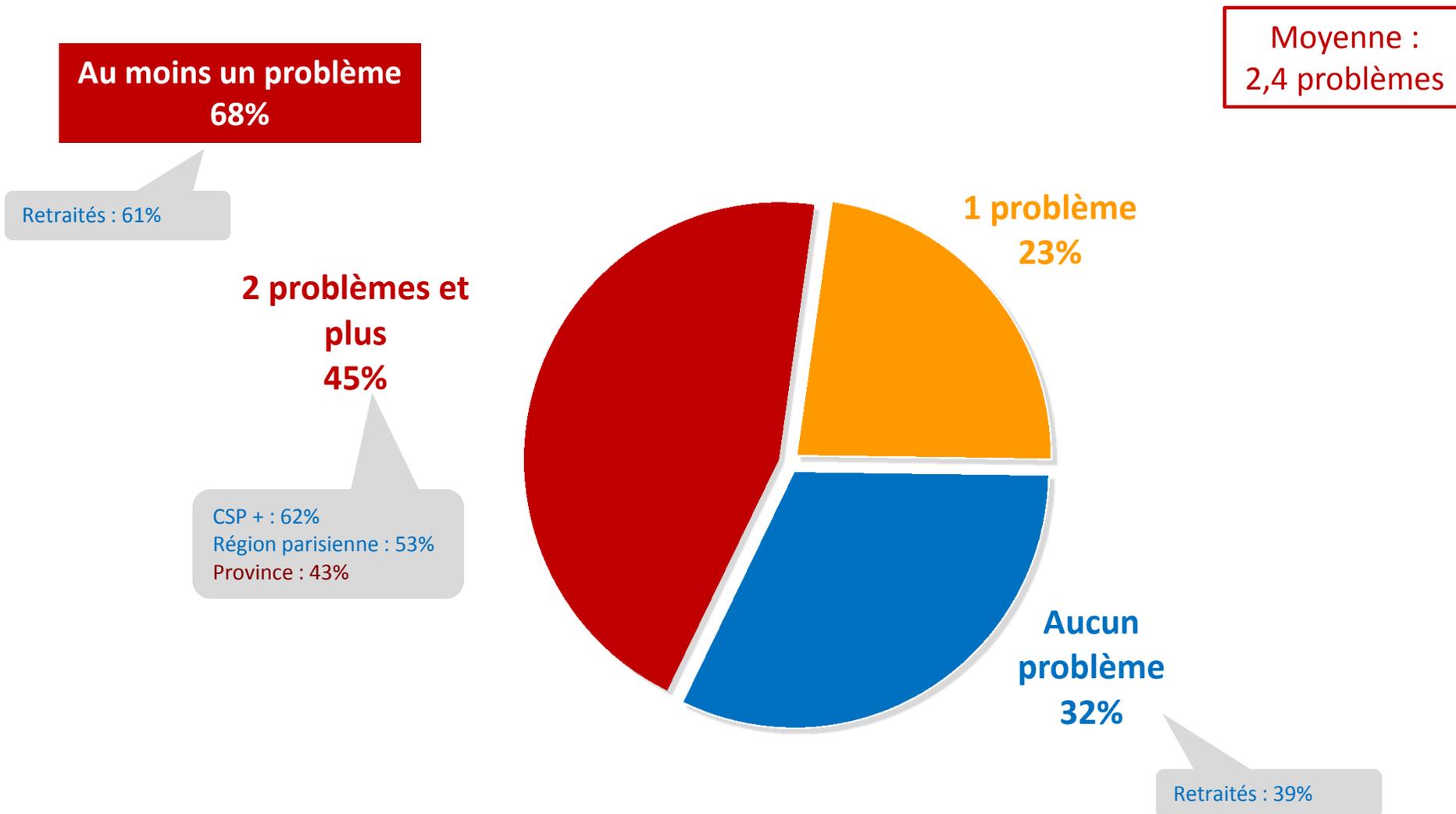
Récapitulatif : Total « Satisfait(e) »



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

(* Etude Ifop pour Generix réalisée auprès d'un échantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, par questionnaire auto-administré en ligne du 21 au 23 février 2012 selon la méthode des quotas

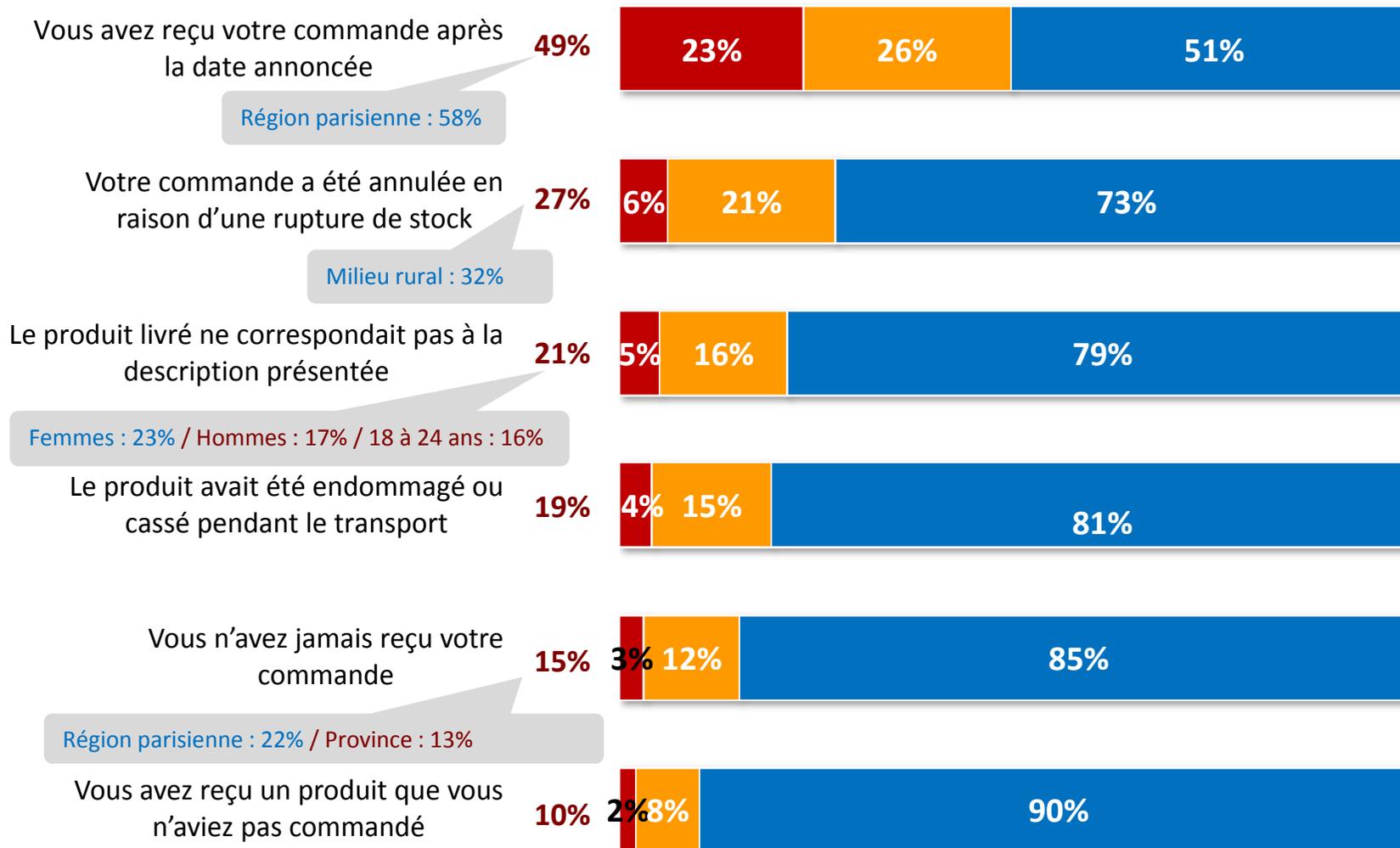
Question : Et au cours des douze derniers mois, combien de fois avez-vous été confronté(e) à chacune des situations suivantes ... ?



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

Question : Et au cours des douze derniers mois, combien de fois avez-vous été confronté(e) à chacune des situations suivantes ?

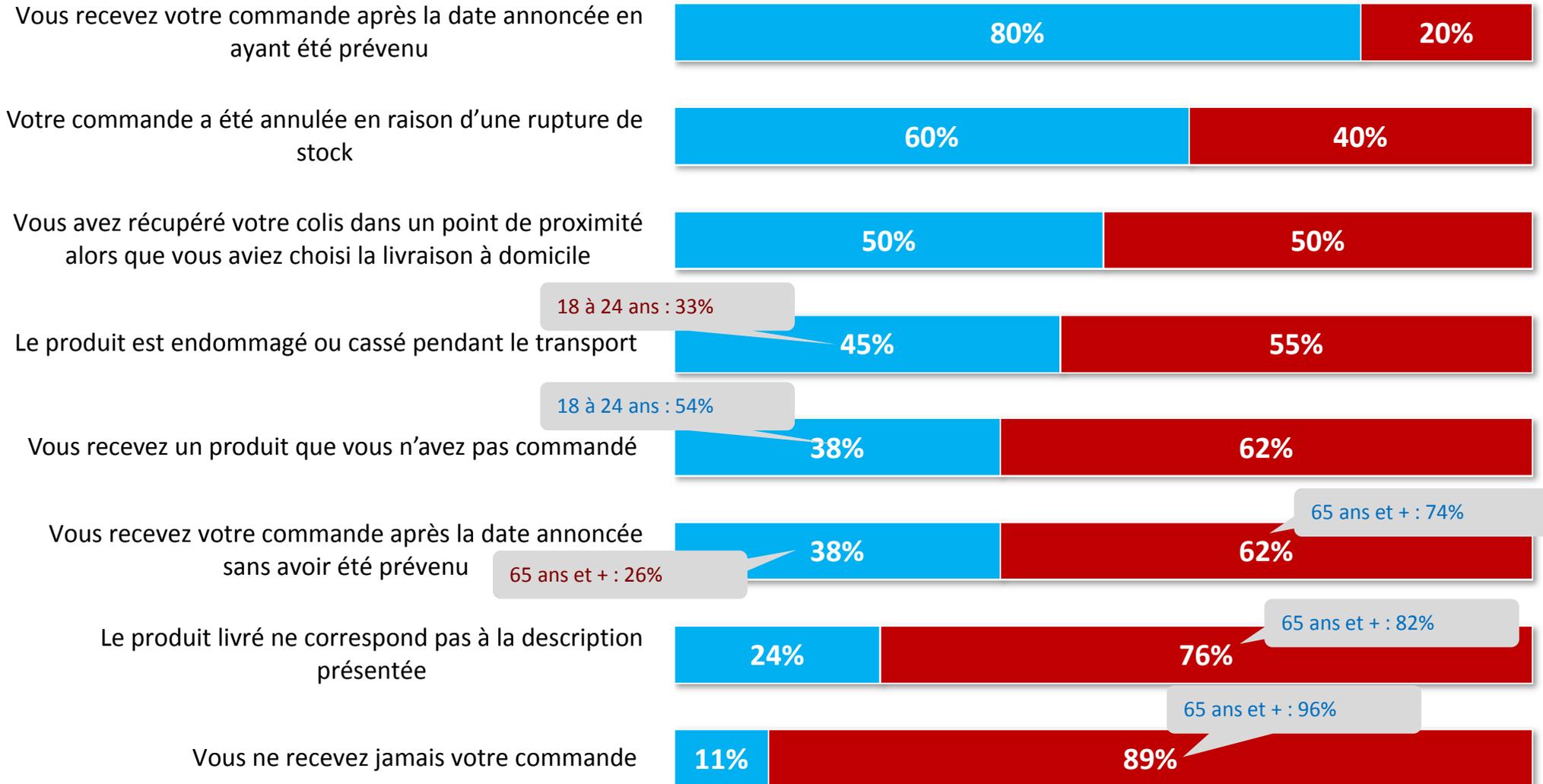
TOTAL « Au moins un problème »



■ 2 problèmes et plus ■ 1 problème ■ Aucun problème

Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

Question : Si vous étiez confronté à chacune des situations suivantes, quelle serait votre réaction vis-à-vis du site Internet vendeur ?

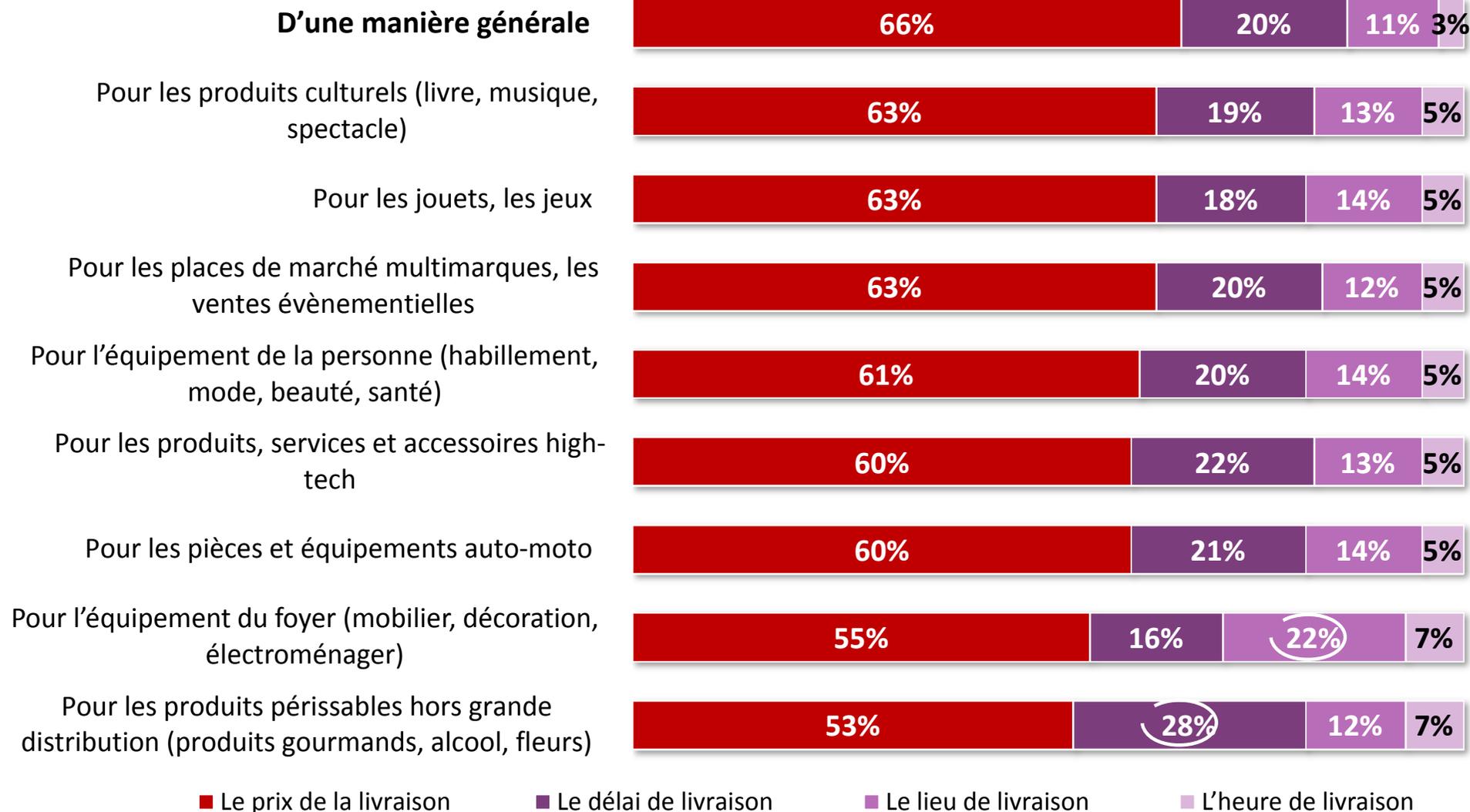


B | **Les motivations et les freins dans l'acte d'achat**

Question : Pour vous parmi les critères suivants, lequel est le plus déterminant lorsque vous achetez sur Internet ?

Moins de 35 ans : 73% / Retraités : 58%

65 ans et + : 17%



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

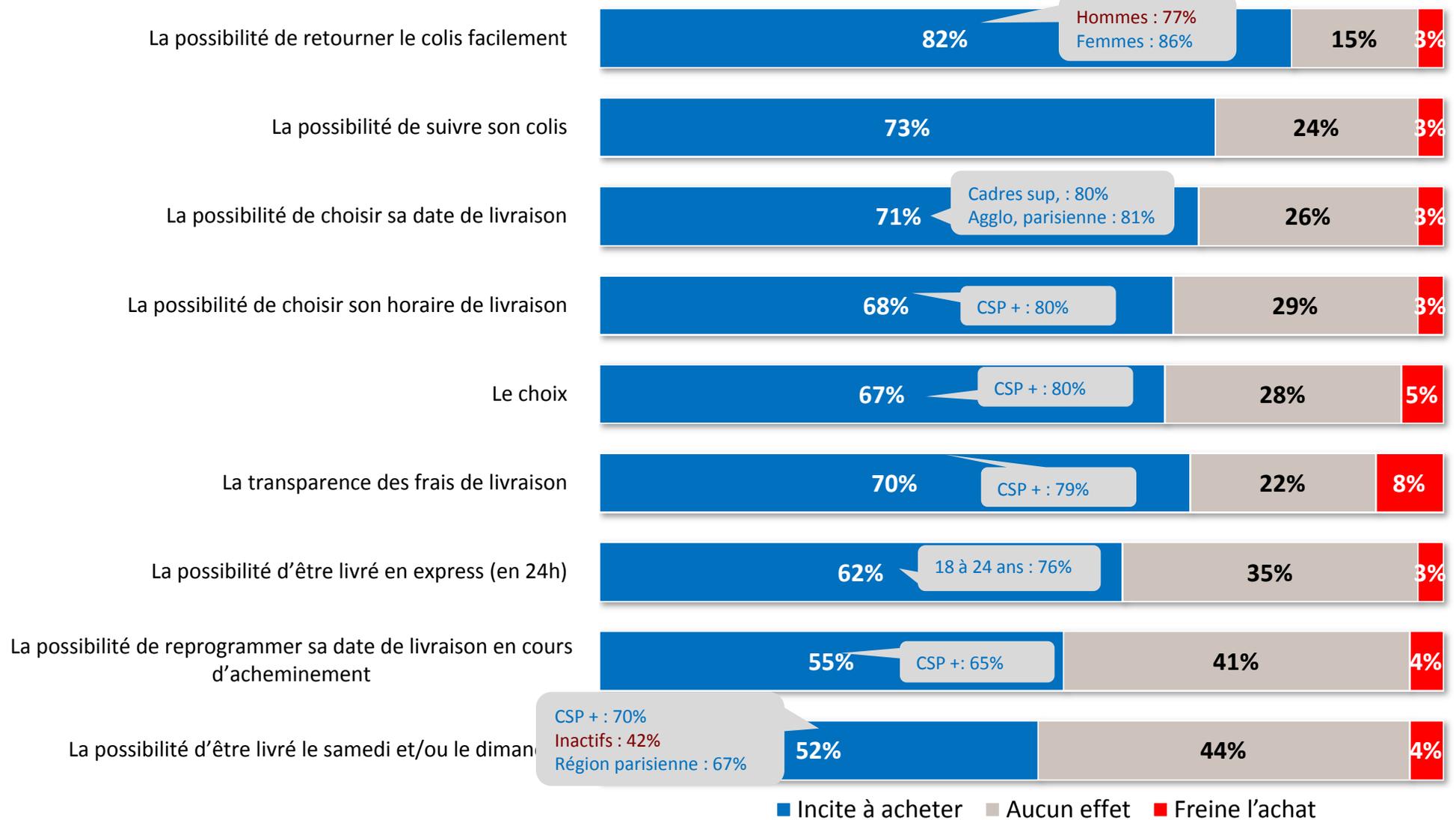
Question : Avez-vous déjà abandonné un achat sur Internet en raison des éléments suivants... ?

En %	Le montant des frais de livraison	Les délais de livraison trop longs	Le manque de transparence des frais de livraison	Le mode de livraison proposé	Le lieu de livraison proposé	Vous n'avez jamais abandonné un achat	TOTAL
D'une manière générale	53% <i>Femmes : 59%</i> <i>Hommes : 47%</i> <i>35 à 49 ans : 60%</i> <i>Cadres : 69%</i> <i>Revenus inf. à 1000€ : 78%</i>	24% <i>Femmes : 28%</i>	13% <i>Cadres : 23%</i>	10% <i>Cadres : 19%</i>	10% <i>Cadres : 18%</i>	31% <i>Hommes : 37%</i> <i>Femmes : 26%</i> <i>65 ans et plus : 46%</i>	(*)
Pour l'équipement de la personne	27%	12%	6%	4%	4%	57%	(*)
Pour l'équipement du foyer	24%	12%	7%	7%	6%	58%	(*)
Pour les produits, services et accessoires high-tech	24%	9%	6%	6%	4%	61%	(*)
Pour les produits culturels	18%	7%	5%	3%	3%	71%	(*)
Pour les jouets, les jeux	17%	7%	4%	3%	3%	72%	(*)
Pour les produits périssables hors grande distribution	15%	5%	3%	4%	4%	75%	(*)
Pour les pièces et équipements auto-moto	14%	5%	4%	2%	3%	77%	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Question : Pour chacun des éléments suivants liés à la livraison, indiquez s'il vous incite à acheter sur Internet, s'il freine votre achat sur Internet ou s'il n'a aucun effet ?

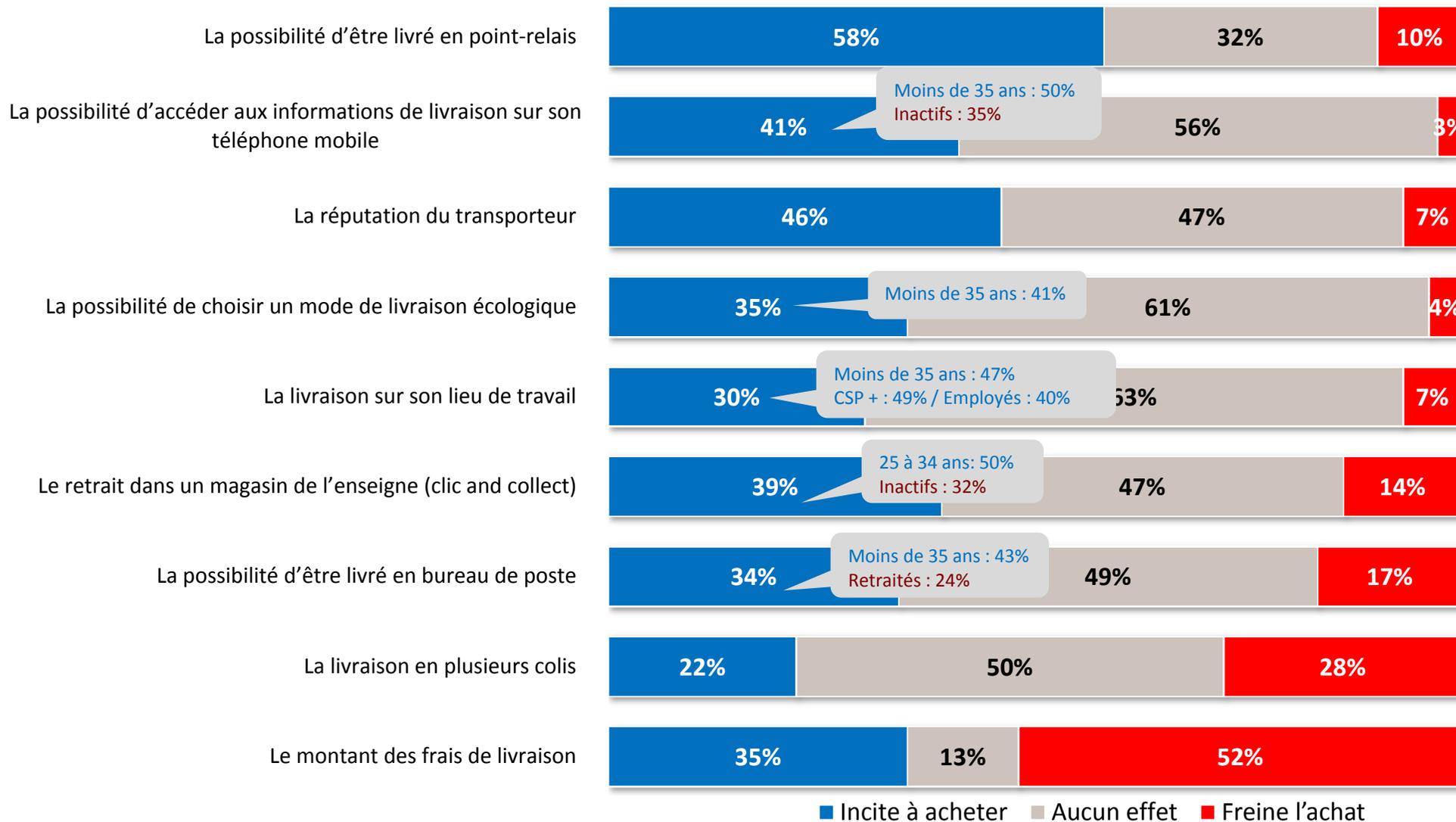
D'une manière générale



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

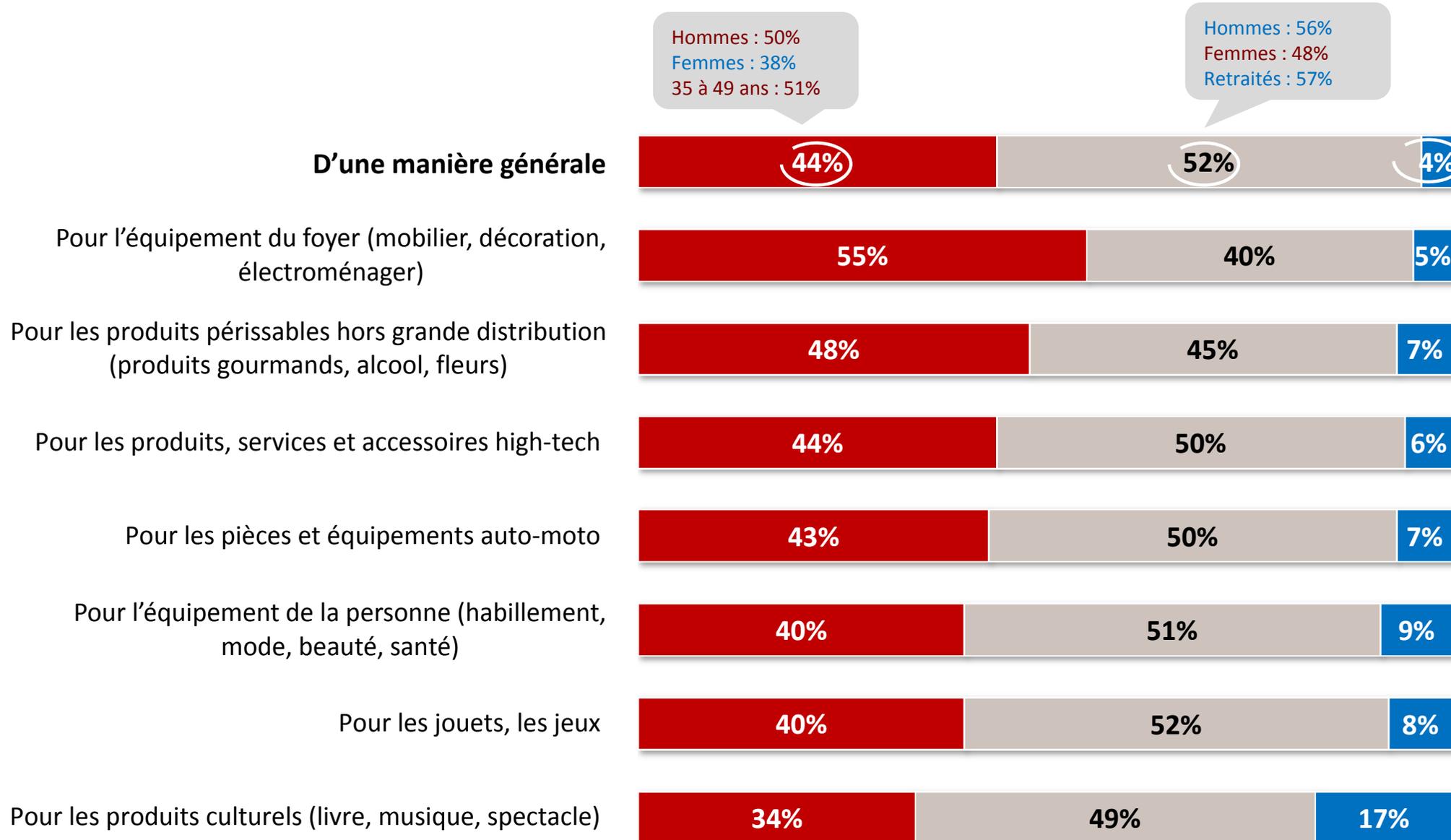
Question : Pour chacun des éléments suivants liés à la livraison, indiquez s'il vous incite à acheter sur Internet, s'il freine votre achat sur Internet ou s'il n'a aucun effet ?

D'une manière générale



Base : question posée uniquement à ceux qui ont effectué au moins un achat sur Internet au cours des douze derniers mois dans une des catégories de produits (soit 93% de l'échantillon)

Question : En ce qui concerne les achats sur Internet, diriez-vous que les frais de livraison sont... ?

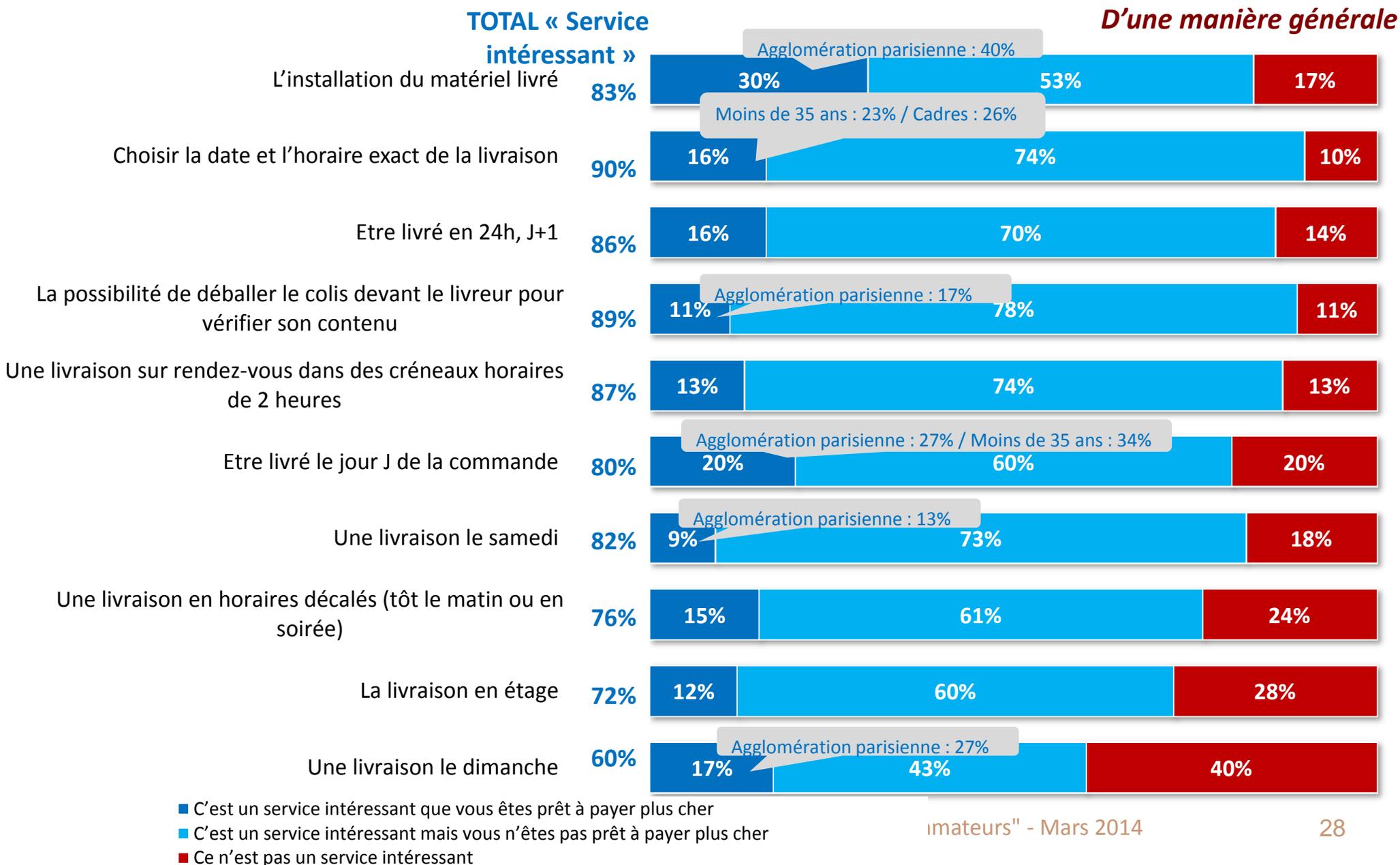


Question : Qu'est ce qui pourrait vous inciter à acheter sur Internet les produits que vous achetez uniquement en magasin aujourd'hui ?

	Le prix	Un éventail de choix plus important	La garantie d'une grande enseigne	La livraison le jour même	Des conseils de la part de vendeurs	Des solutions de paiement	Des informations sur l'origine des produits	TOTAL
D'une manière générale	61% <i>18 à 24 ans : 48%</i> <i>Agglomération parisienne : 50%</i>	13% <i>25 à 34 ans : 5%</i>	6% <i>CSP - : 2%</i>	5%	5%	5% <i>N'achètent jamais sur Internet : 19%</i>	5%	100%
Pour les jouets, les jeux	63%	12%	6%	5%	5%	4%	5%	100%
Pour les produits culturels (livre, musique, spectacle)	62%	14%	6%	7%	4%	4%	3%	100%
Pour l'équipement de la personne (habillement, mode, beauté, santé)	61%	13%	6%	5%	5%	4%	6%	100%
Pour les pièces et équipements auto-moto	59%	8%	8%	5%	9%	4%	7%	100%
Pour les produits, services et accessoires high-tech	58%	11%	9%	4%	9%	4%	5%	100%
Pour l'équipement du foyer (meubler, décoration, électroménager)	56%	11%	8%	5%	8%	7%	5%	100%
Pour les produits périssables hors grande distribution (produits gourmands, alcool, fleurs)	56%	9%	7%	13%	3%	3%	9%	100%

C | Les services complémentaires à la livraison

Question : Pour chacun des services complémentaires à la livraison suivants, indiquez si vous le trouvez intéressant ou pas et si vous seriez prêt à payer plus cher pour en disposer ?



Question : Pour chacun des services complémentaires à la livraison suivants, indiquez si vous le trouvez intéressant ou pas et si vous seriez prêt à payer plus cher pour en disposer ?

D'une manière générale

	TOTAL « Service Intéressant »	C'est un service intéressant que vous êtes prêt à payer plus cher	C'est un service intéressant mais vous n'êtes pas prêt à payer plus cher	Ce n'est pas un service intéressant
L'installation du matériel livré	84%	24%	60%	16%
Etre livré le jour J de la commande	79%	14%	65%	21%
Etre livré en 24h, J+1	80%	12%	68%	20%
Choisir la date et l'horaire exact de la livraison	85%	11%	74%	15%
Une livraison sur rendez-vous dans des créneaux horaires de 2 heures	85%	11%	74%	15%
Une livraison en horaires décalés (tôt le matin ou en soirée)	76%	10%	66%	24%
La livraison en étage	71%	10%	61%	29%
La possibilité de débiller le colis devant le livreur pour vérifier son contenu	89%	9%	80%	11%
Une livraison le samedi	80%	8%	72%	20%
Une livraison le dimanche	46%	6%	40%	54%

Base : ceux qui achètent deux trois fois par an, moins souvent ou jamais sur Internet (soit 28% de l'échantillon)

Get it'lab

Hervé Dechêne

Coordinateur

info@getitlab.com

Ifop Opinion & Stratégies Entreprise

Frédéric Micheau

Directeur Adjoint

frederic.micheau@ifop.com

www.ifop.com

Colizen

Fabien Esnoult

Co-fondateur

f.esnoult@colizen.fr

www.colizen.fr

Chronopost

Delphine Mallet

Directrice Générale

delphine.mallet@chronopost.fr

www.chronopost.fr

Generix Group

Mike Hadjadj

Dir. Marketing & Communication

mhadjadj@generixgroup.com

www.generixgroup.com