

The logo for Voyages-sncf.com is displayed in a white rectangular box with a slight drop shadow. The word "Voyages" is written in a multi-colored font (green, blue, purple, pink), and "sncf.com" is in a solid pink font.

Voyages-
sncf.com

Les attentes des acheteurs en ligne en 2015

Rapport d'étude

Février 2015

The CSA logo is located in the bottom right corner, inside a blue square. It features the letters "CSA" in a large, white, sans-serif font, with the tagline "COMPRENDRE POUR MIEUX DÉCIDER" in a smaller, white, sans-serif font below it.

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Sommaire

1

Le dispositif

3

2

Principaux enseignements

7

3

Résultats détaillés

11

Le dispositif

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Une étude pour mieux cerner les attentes des e-clients en 2015

La présente étude a pour vocation de sonder les internautes français sur **leurs attentes vis-à-vis des sites de e-commerce** (au global et spécialisés dans le voyage), et plus largement, sur leur vision du e-commerce.

Elle visera notamment à répondre à trois grandes questions :

#Quelle perception ont les Français de l'e-commerce ?

#Leur e-commerçant idéal, comment serait-il ?

#Quelles sont les attentes des e-clients à l'égard des sites de e-commerce ?

Méthodologie de l'étude

1 008 participants âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française

Méthode des quotas basée sur les critères de sexe, d'âge et de profession de la personne interrogée après stratification par régions et catégories d'agglomérations.



Mode de recueil



Online – système CAWI

Collecte des interviews

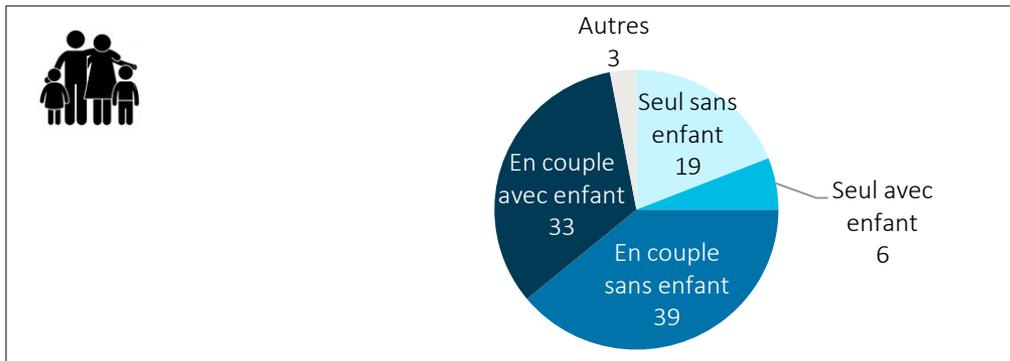
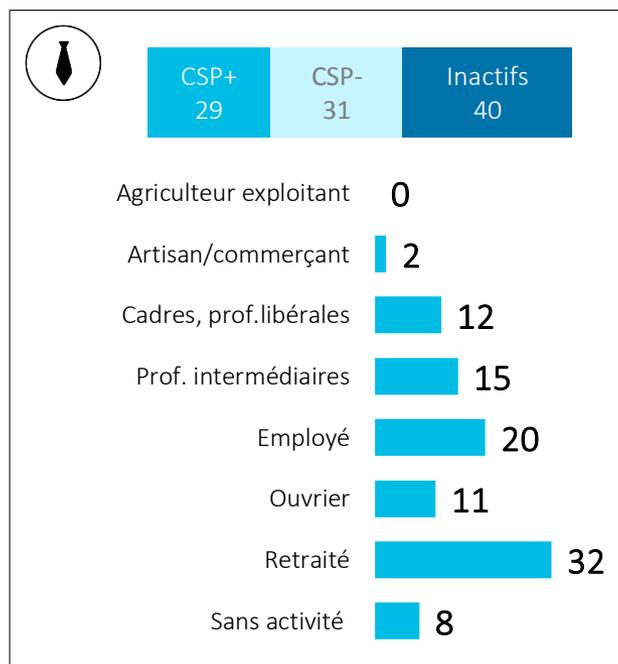
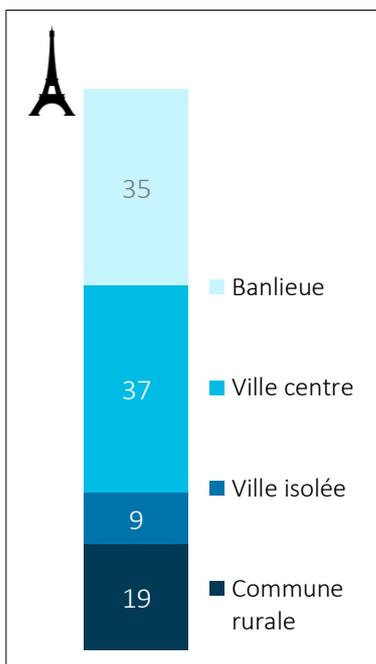
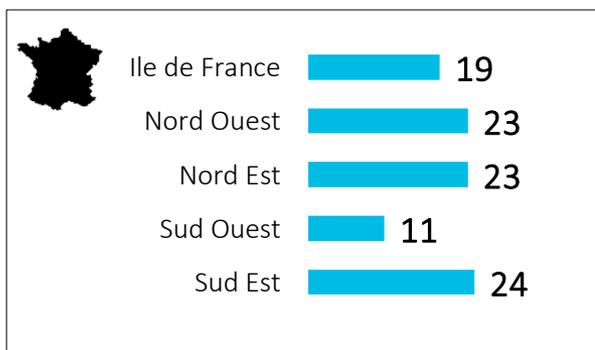
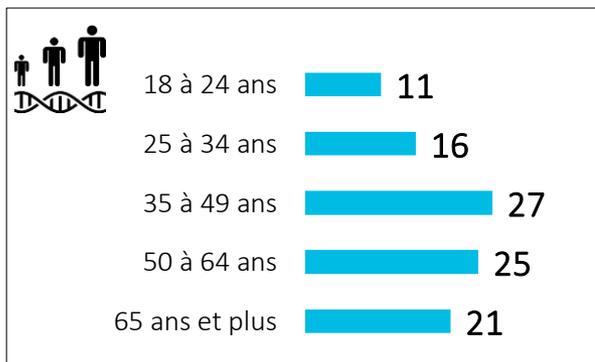
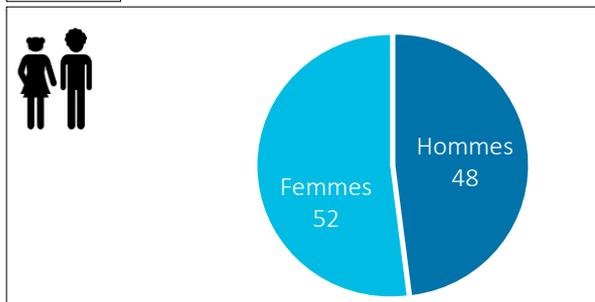


du vendredi 23 au mardi 27 janvier 2015

Profil des répondants

En %

Base: ensemble(n=1008)



Principaux enseignements

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

E-commerce : quelle perception et quelles attentes en 2015 ?

e-Commerce : un bon niveau d'image globale et un territoire bien défini

- Un très bon niveau d'image globale, comparable à celui du commerce « traditionnel », bien que légèrement en deçà de ce dernier
- e-Commerce et magasins : des frontières minces, des univers COMPLEMENTAIRES (showrooming et web-to-store), et des territoires d'image bien définis :
 - e-commerce : la fluidité du digital (praticité, choix, rapidité) et les petits prix
 - commerce : vers davantage de pragmatisme et de « care » (personnalisation, sécurité, conseil)
 - Points de convergence : détente, plaisir, ...et complications

Ce qui fait la différence entre deux e-commerçants

- Au-delà du prix, les principaux critères pour choisir entre deux e-commerçants se concentrent sur la CONFIANCE, L'ECOUTE CLIENT (à travers l'offre originale de produits) et la RELATION CLIENT (à travers la disponibilité en cas de problème, dont le seuil de tolérance avoisine les 2 jours pour un contact par écrit)

Une hiérarchisation des attentes pour les sites de e-commerce spécialisés en voyage identiques aux autres

- La CONFIANCE, la RELATION CLIENT, et la NAVIGATION sont les 1ers critères de choix pour un e-commerçant et ce peu importe le secteur (voyage ou non)
- Mais des intensités dans le détail des attentes qui varient selon le type d'e-commerçant

Le e-commerçant idéal, ce serait d'abord le PARTENAIRE de leur parcours client

- « Un courtier de services », « Un expert sur son domaine » : l'e-commerçant idéal, ce serait le complice du parcours client
- Ce serait aussi un interlocuteur de qualité et de confiance, qui personnaliserait ses services à ses clients

Résultats détaillés



Aide à la lecture

Question posée

Base de répondants

Les résultats seront triés de manière décroissante sur le % « Très [mention positive] » ou sur les items ayant trait au commerce en ligne

++

Résultats significativement supérieur à la question précédente

--

Résultats significativement inférieur à la question précédente

e-Commerce et commerce : des territoires d'image bien définis

> e-commerce : la fluidité du digital (praticité, choix, rapidité) et les petits prix

> commerce : vers davantage de pragmatisme et de « care » (personnalisation, sécurité, conseil)

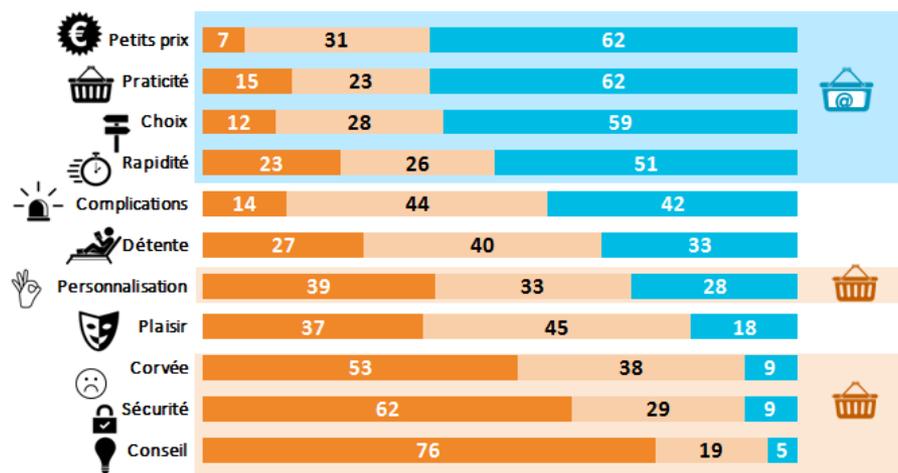
Points de convergence : détente, plaisir, ...et complications

Selon vous, chacun des mots suivants correspond-il davantage au commerce en ligne, au commerce traditionnel ou autant à l'un qu'à l'autre?

Base: ensemble (n=1008)

En %

Correspond... ■ Davantage au commerce traditionnel ■ Autant au commerce en ligne qu'au commerce traditionnel ■ Davantage au commerce en ligne



Voyages-sncf.com

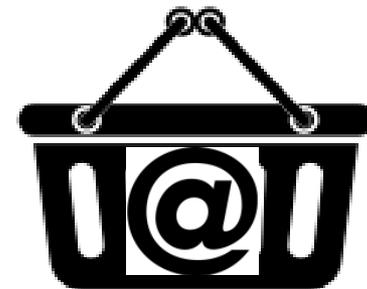
csa

Voyages-sncf.com / Les attentes des acheteurs en ligne en 2015 » / Février 2015

11

Note de lecture : En Q9 et Q11, la somme des résultats peut ne pas être à égale à 100% (+/- 1%), en raison des arrondis ou des répondants se déclarant « non concernés » par l'item

e-Commerce : un bon niveau d'image
et un territoire bien défini



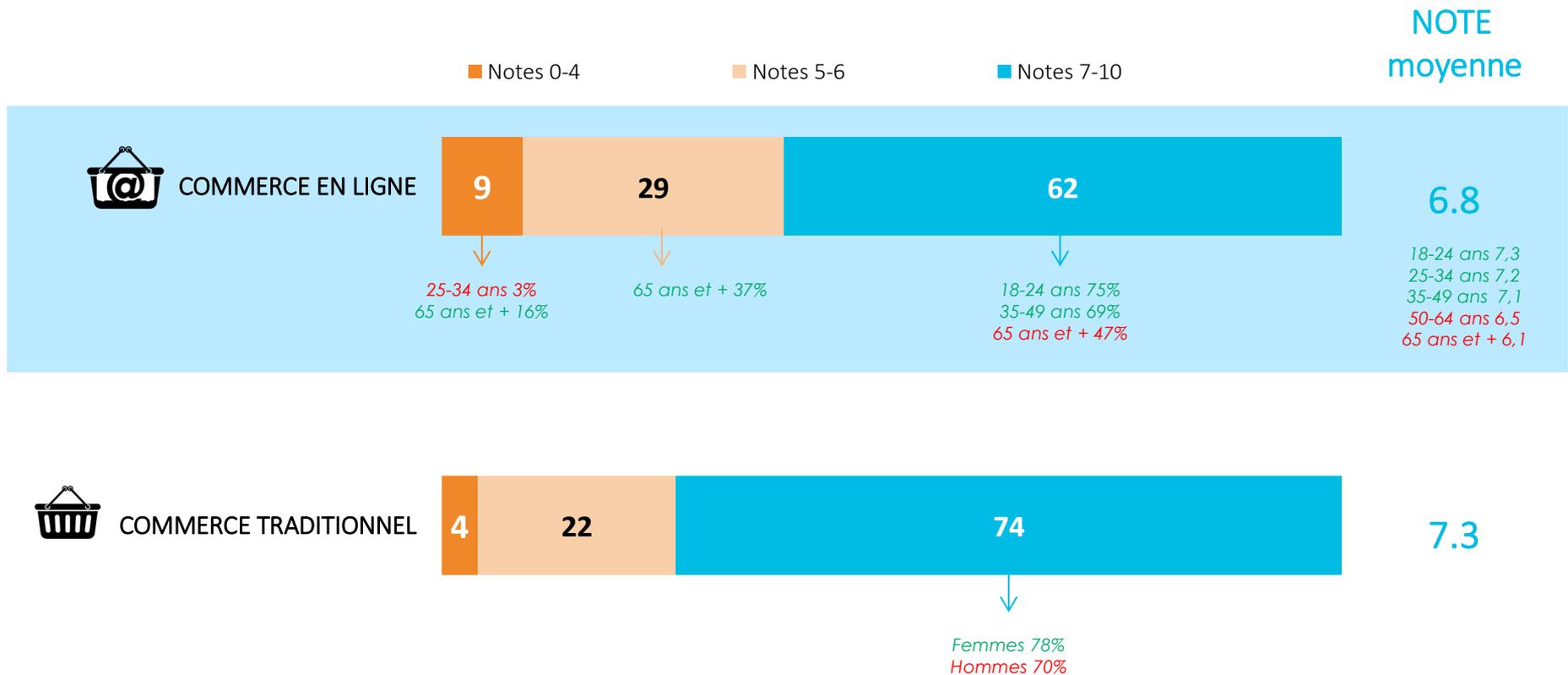
e-Commerce :

Un très bon niveau d'image globale, comparable à celui du commerce « traditionnel », bien que légèrement en deçà de ce dernier

Globalement, quelle image avez-vous du commerce en ligne (sur Internet), et du commerce plus traditionnel (en boutiques, magasins) ?

Base: ensemble (n=1008)

En %



e-Commerce et magasins

des frontières minces, des univers COMPLEMENTAIRES (showrooming et web-to-store)

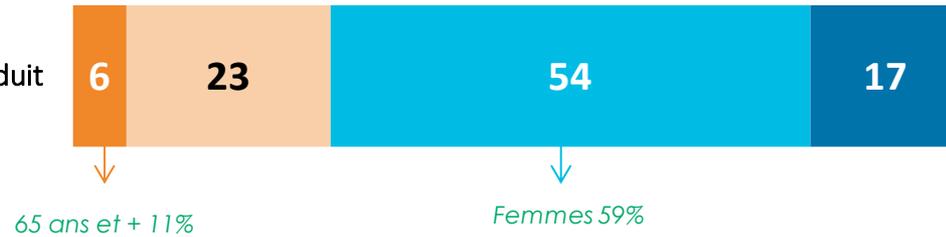
A quelle fréquence vous arrive t-il...

Base: ensemble (n=1008)

En %

Jamais Rarement De temps en temps Systématiquement

De rechercher des informations en ligne (disponibilité, prix...), puis d'aller acheter le produit en magasin

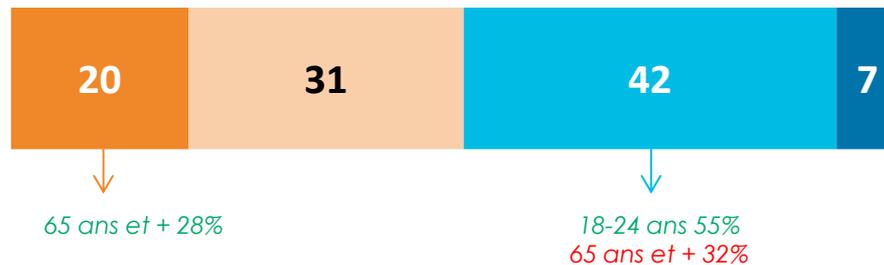


Sous Total
«de temps en temps, systématiquement»

71%

35-49 ans 78%
65 ans et + 58%

De vous rendre en boutique pour regarder un produit, puis de l'acheter en ligne



49%

18-24 ans 66%
35-49 ans 57%
50-64 ans 40%
65 ans et + 39%

e-Commerce et commerce : des territoires d'image bien définis

> e-commerce : la fluidité du digital (praticité, choix, rapidité) et les petits prix

> commerce : vers davantage de pragmatisme et de « care » (personnalisation, sécurité, conseil)

Points de convergence : détente, plaisir, ...et complications

Selon vous, chacun des mots suivants correspond-il davantage au commerce en ligne, au commerce traditionnel ou autant à l'un qu'à l'autre?

Base: ensemble (n=1008)

En %

Territoires les plus préemptés
par le



COMMERCE TRADITIONNEL



Le conseil **76%**



La sécurité **62%**



La corvée **53%**

35-49 ans 60%



La personnalisation **39%**

*50-64 ans 46%
65 ans et + 56%*

Territoires majoritairement
neutres ...



à s'approprier ...

Le plaisir **45%**



La détente **40%**

...ou

dont il faut s'éloigner



Les complications **44%**

Territoires les plus préemptés
par le



COMMERCE EN LIGNE



Les petits prix **62%**

Hommes 68%



La praticité **62%**

35-49 ans 69%



Le choix **59%**

Hommes 65%



La rapidité **51%**

e-Commerce : ce qui fait la différence, c'est avant tout
la CONFIANCE, l'ÉCOUTE CLIENT et la RELATION CLIENT



Au-delà du prix, les principaux critères de choix entre e-commerçants se concentrent dans la **CONFIANCE**, **L'ECOUTE CLIENT** (à travers l'offre originale de produits) et la **RELATION CLIENT** (à travers la disponibilité en cas de problème)

En général, qu'est-ce qui vous fait choisir un e-commerçant (=commerçant en ligne) plutôt qu'un autre ?
 Merci de sélectionner trois réponses maximum dans la liste ci-dessous. *Trois réponses possibles*
 Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



En moyenne, les répondants ont choisi **2,6 réponses**

Disponibilité / Réactivité

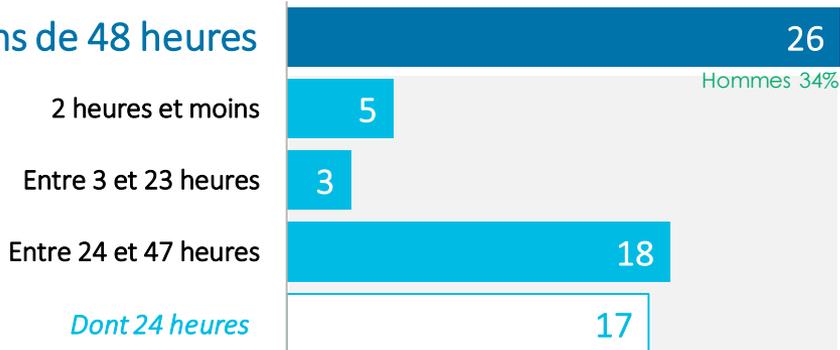
Un délai de réponse accordé de **50 heures** en moyenne

Lorsque vous contactez par écrit un site de commerce en ligne (email, Twitter, formulaire de contact), à partir de combien de temps estimez-vous que le délai de réponse est long ? *Question ouverte*

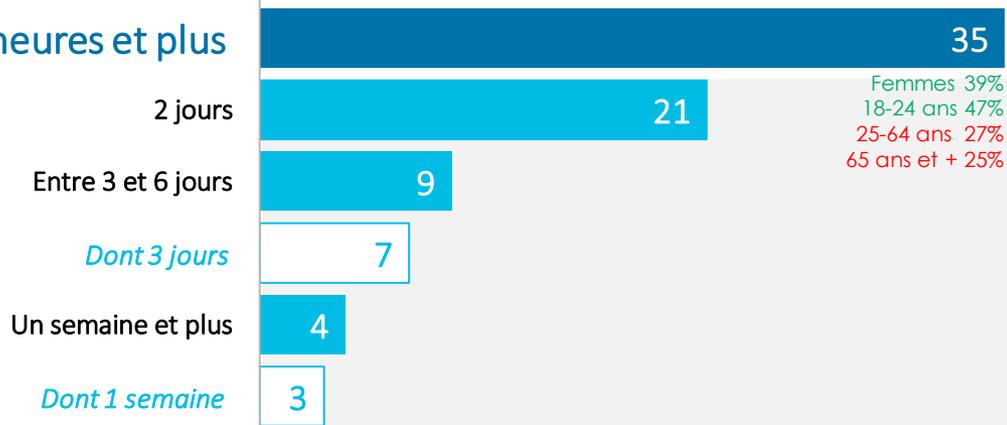
Base: ensemble (n=1008)

En %

Moins de 48 heures



48 heures et plus



Incohérent ou incomplet 4%
NSP 11%

Plus de
48 heures
temps moyen d'attente maximale acceptable pour le e-client

Sites de e-Commerce, tous secteurs confondus :
comment se segmentent les attentes des Français ?



Les acheteurs en ligne ont été invités à évaluer l'importance qu'ils accordaient à une trentaine de critères, pour leur choix d'un e-commerçant.

Ces critères ont par la suite, été regroupés en 6 thématiques

CONFIANCE

C'est un site que vous connaissez
Vous avez entendu du bien de ce site par votre entourage ou sur Internet
Vos paiements sont sécurisés
Vos données personnelles sont bien protégées (piratage, utilisation frauduleuse)
Il vous est possible de refuser d'être sollicité pour des offres commerciales
Le contenu de chaque offre est à la fois clair et transparent
Vous savez exactement et facilement ce que le prix inclut ou pas
L'e-commerçant est clair quant à l'utilisation de vos données personnelles (vente, transmission à des tiers...)

PERSONNALISATION DES SERVICES ET DE L'OFFRE

Le site propose un grand choix dans les modes de paiement
Le site propose un grand choix dans les modes de livraison
Le site dispose de fonctionnalités qui vous permettent d'avoir accès aux meilleurs prix (offres de dernières minutes, offres spéciales, promo, etc.)
Le site de l'e-commerçant intègre un comparateur de prix efficient
Le site de l'e-commerçant est à la pointe des tendances technologiques (nouvelles fonctionnalités, ...)
Le e-commerçant propose, en plus du site Internet, une application pour smartphone / tablette
L'e-commerçant propose des produits et services originaux, que vous ne trouveriez pas ailleurs
L'e-commerçant propose une large gamme de produits et services

RELATION CLIENT

Vous pouvez échanger ou vous faire rembourser facilement vos achats
Vous pouvez trouver toutes les réponses à vos questions dans la Foire aux questions
Vous pouvez directement contacter un conseiller si besoin (par téléphone, chat, email...)
Vous obtenez rapidement une réponse d'un conseiller à votre question
Vos articles sont livrés en temps et en heure

ECOUTE CLIENT

Le site vous donne la possibilité de publier vos avis et recommandations aux autres voyageurs (forums, notation...)
Le site propose un espace dédié où les consommateurs peuvent proposer leurs propres services (covoiturage, revente de produits d'occasion...)
Ce site vous propose des offres personnalisées, qui correspondent à votre profil, à vos envies, à vos besoins
Vous vous sentez associé à l'amélioration du site, des services ou de ses offres

NAVIGATION

Vous avez plaisir à naviguer sur ce site
Vous naviguez facilement sur ce site, vous trouvez rapidement ce que vous recherchez
Lorsque vous passez votre commande, vous pouvez en suivre toutes les étapes sur le site

ETHIQUE

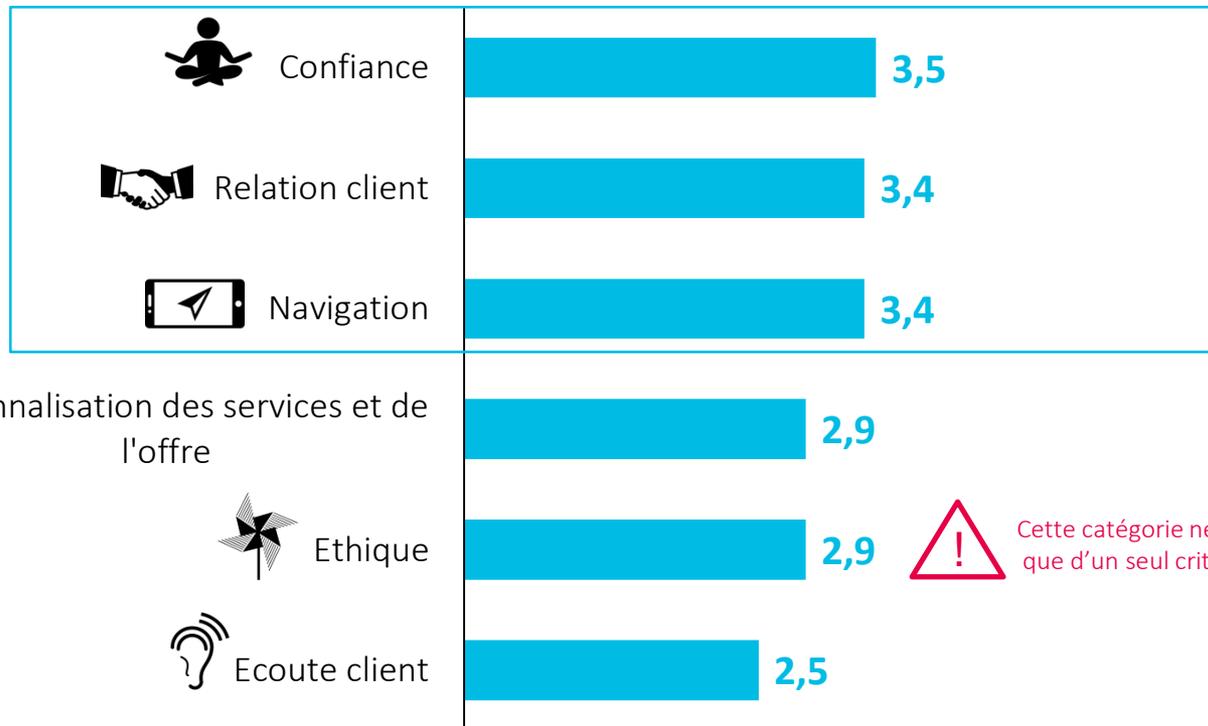
L'e-commerçant adopte un comportement responsable (environnement, salariés, fournisseurs...)

La CONFIANCE, la RELATION CLIENT, et la NAVIGATION, 1^{ers} critères de choix pour un e-commerçant

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?
Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %

Note moyenne obtenue par chaque thématique*



Cette catégorie ne se compose que d'un seul critère



Personnalisation des services et de l'offre



Ethique



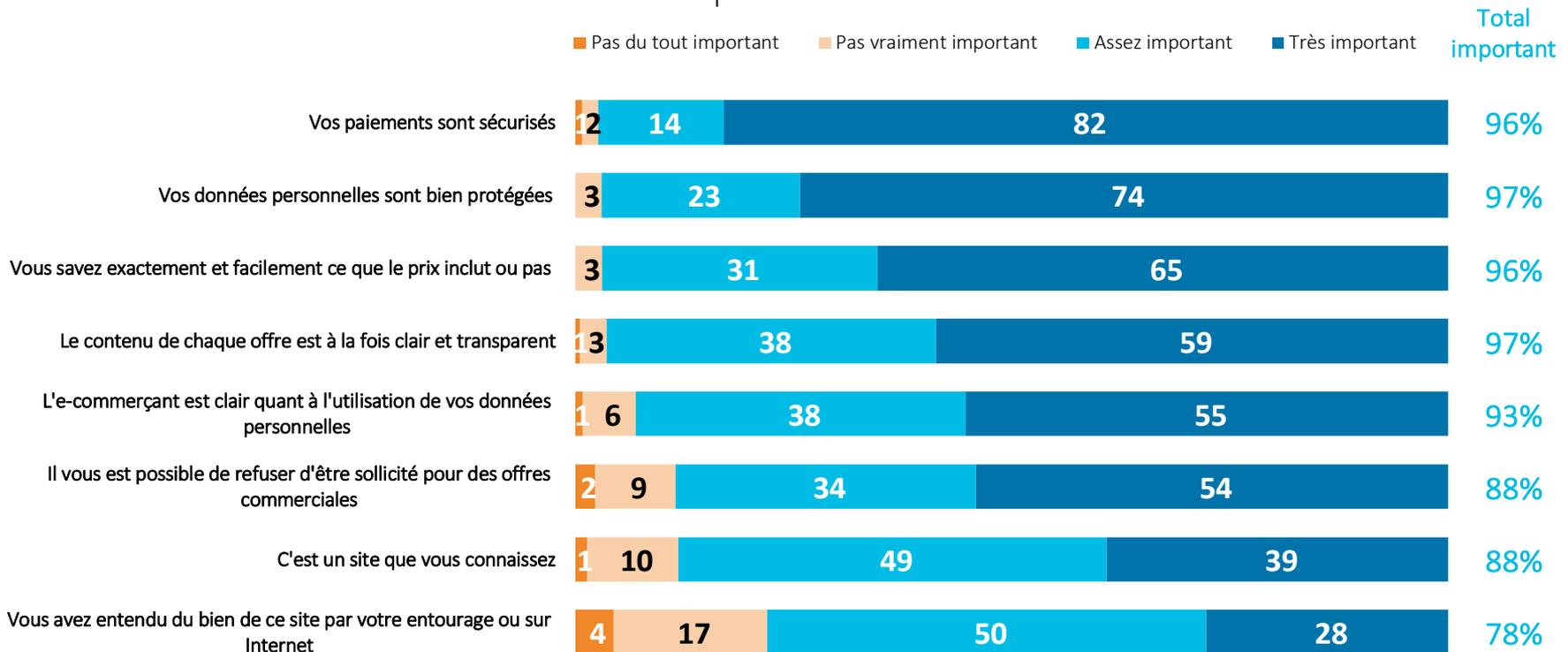
Ecoute client

Une **confiance** qui se construit avant tout avec la sécurisation des transactions et des données personnelles (attentes TRES fortes).
La transparence des prix et des offres entre également fortement en compte.

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?

Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



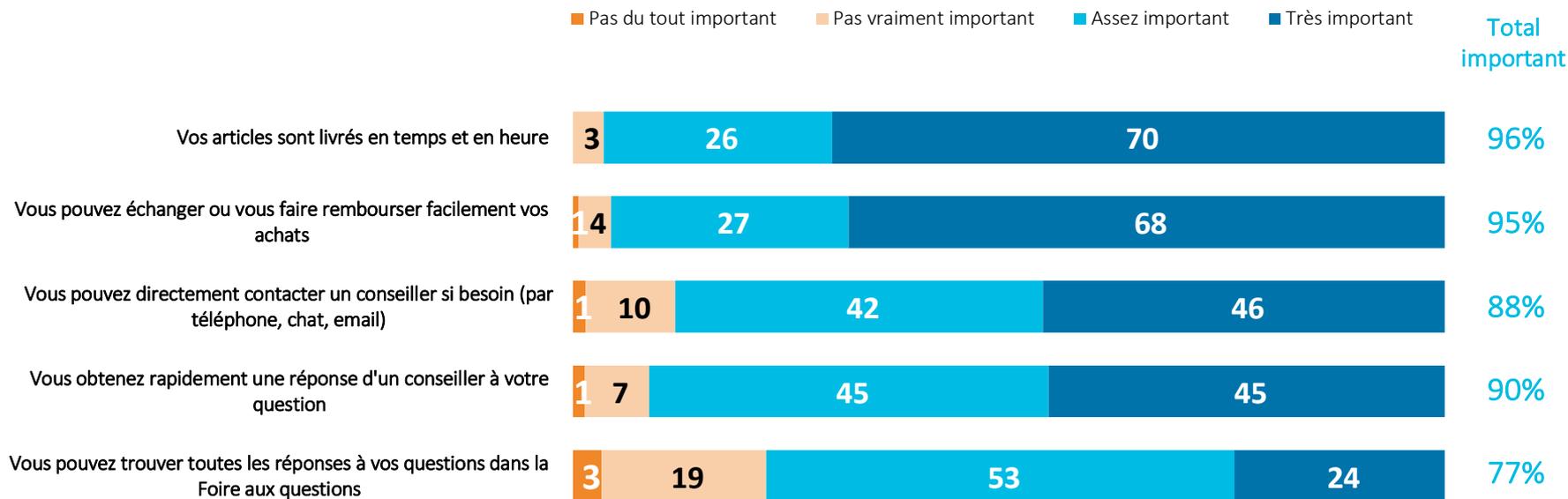
Relation client : une attention extrême accordée aux délais de livraison (70% de « très important ») et aux conditions d'échange et de remboursement (68% sur ce même indicateur). La disponibilité des conseillers arrive dans un second temps.



Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?

Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



Navigation : les attentes se concentrent, dans une moindre mesure au regard des précédents indicateurs, sur la possibilité de suivre sa commande et la facilité à trouver les informations

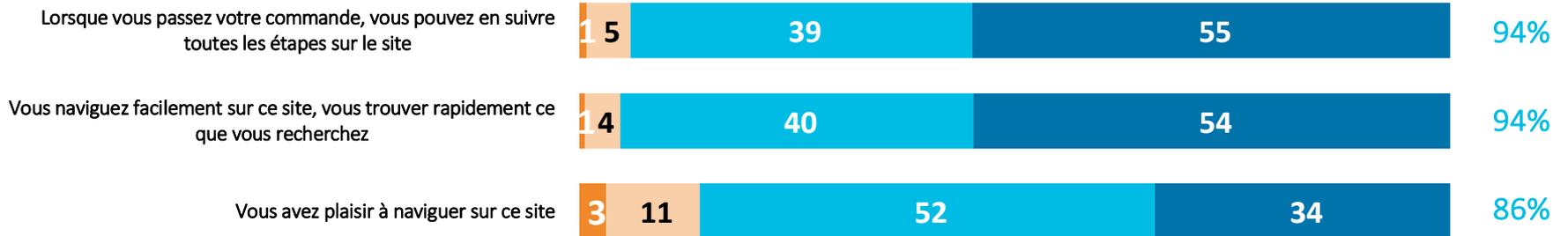
Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?
 Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



■ Pas du tout important
 ■ Pas vraiment important
 ■ Assez important
 ■ Très important

Total important



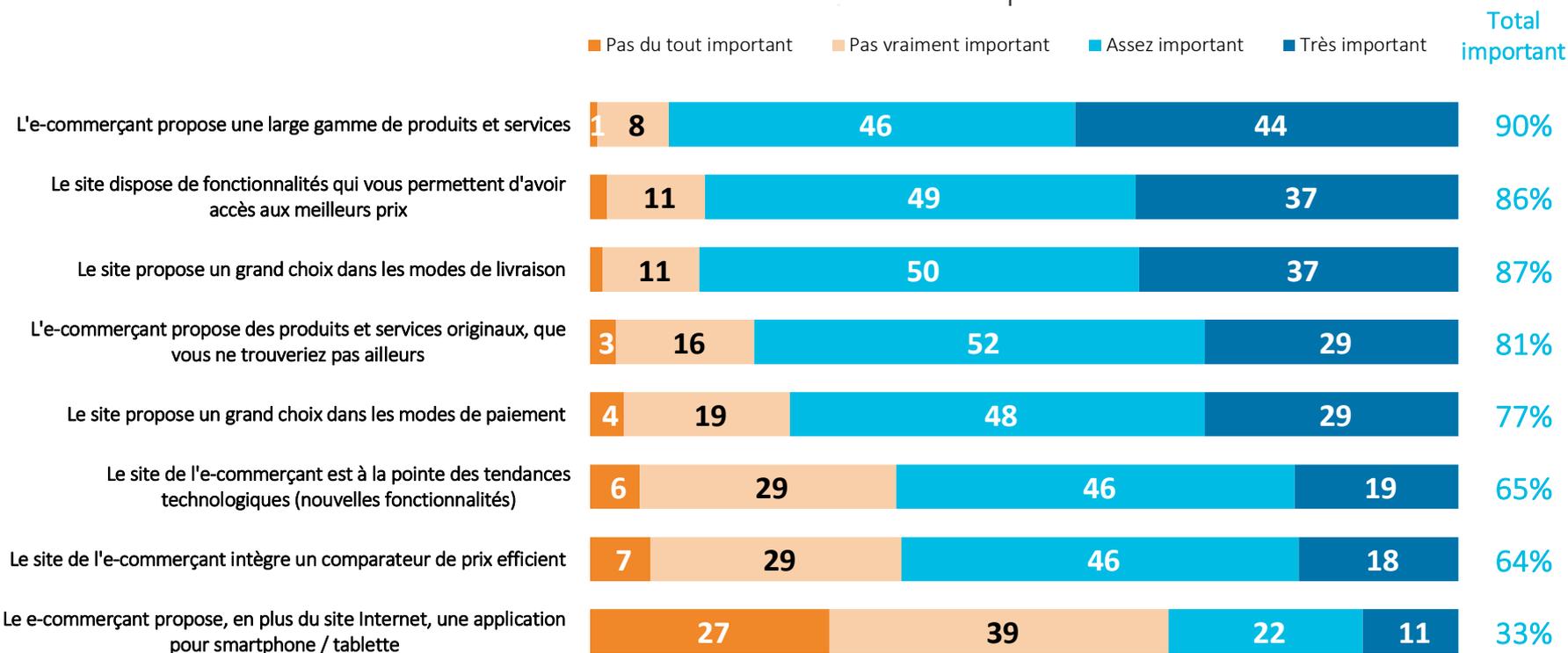
Personnalisation des services et de l'offre : une thématique drivée par l'éventail de l'offre, les prix, et le choix dans les modes de livraison. Un déficit d'importance envers l'application pour smartphone, jugée moins prioritaire au regard des autres sujets évoqués

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?

Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %

#5 Personnalisation des services et de l'offre 3,0

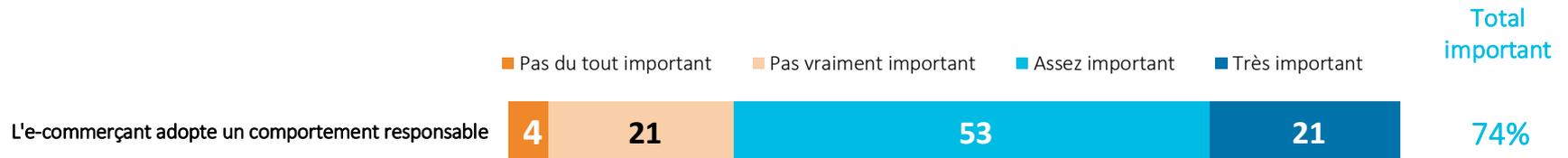


Ethique

¾ des répondants se déclarent vigilants quant à la responsabilité de l'e-commerçant (environnement, salariés, fournisseurs...)

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?
Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



Ecoute client

La personnalisation de l'offre, 1^{ère} attente des Français en termes d'écoute client.
La place laissée aux avis des e-clients ne doit pas être négligée, même de plus faible intensité

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant ?

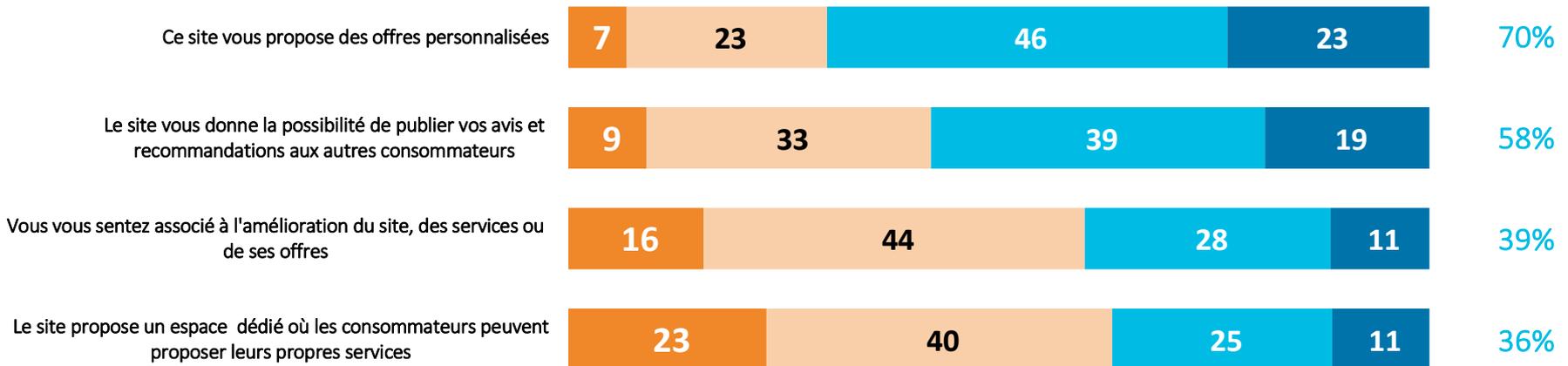
Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %



■ Pas du tout important
 ■ Pas vraiment important
 ■ Assez important
 ■ Très important

Total important



Focus Sites de voyage en ligne :
comment se segmentent les attentes des Français ?



Les acheteurs de voyage en ligne ont été invités à évaluer l'importance qu'ils accordaient à 24 critères (dont 14 communs aux précédents), pour leur choix d'un e-commerçant spécialisé en voyage. Ces critères ont par la suite, été regroupés en 5 thématiques

CONFIANCE	Vous avez entendu du bien de ce site par votre entourage ou sur Internet	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Vos données personnelles sont bien protégées (piratage, utilisation frauduleuse)	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Le contenu de chaque offre est à la fois clair et transparent	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
PERSONNALISATION DES SERVICES ET DE L'OFFRE	Le site dispose de fonctionnalités qui vous permettent d'avoir accès aux meilleurs prix	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Le site de l'e-commerçant intègre un comparateur de prix efficient	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Le site de l'e-commerçant est à la pointe des tendances technologiques (nouvelles fonctionnalités, ...)	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Le e-commerçant propose, en plus du site Internet, une application pour smartphone / tablette	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	L'e-commerçant propose des destinations et services originaux, que vous ne trouveriez pas ailleurs	
	Ce site propose des contenus éditoriaux qui vous inspirent, vous donnent des idées de destination	
	L'e-commerçant vous propose des services complémentaires à votre voyage (hôtels, assurances, locations de voitures, etc.)	
	L'e-commerçant vous donne des idées en matière de destinations	
	L'e-commerçant vous permet de comparer différents modes de transport pour un même voyage,	
	Les offres de l'e-commerçant ne sont pas limitées à la France, vous pouvez aussi commander des offres auprès de compagnies étrangères	
Le site de l'e-commerçant vous permet de planifier les différentes étapes de votre voyage, de votre adresse de départ à votre adresse d'arrivée		
Le site de l'e-commerçant intègre des offres internationales, de compagnies étrangères.		
RELATION CLIENT	Vous pouvez échanger ou vous faire rembourser facilement vos achats	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Vous pouvez <u>directement</u> contacter un conseiller si besoin (par téléphone, chat, email...)	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
ECOUTE CLIENT	Le site propose un espace dédié où les consommateurs peuvent proposer leurs propres services (covoiturage, revente de produits d'occasion...)	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Ce site vous propose des offres personnalisées, qui correspondent à votre profil, à vos envies, à vos besoins	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Vous vous sentez associé à l'amélioration du site, des services ou de ses offres	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Le site dispose d'un tableau de bord personnalisé qui vous permet de gérer facilement toutes vos commandes	
	Le site vous donne la possibilité de publier vos avis et recommandations aux autres voyageurs (forums, notation...)	
NAVIGATION	Vous naviguez facilement sur ce site, vous trouvez rapidement ce que vous recherchez	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS
	Lorsque vous passez votre commande, vous pouvez en suivre toutes les étapes sur le site	POSÉ POUR LES E-COMMERÇANTS

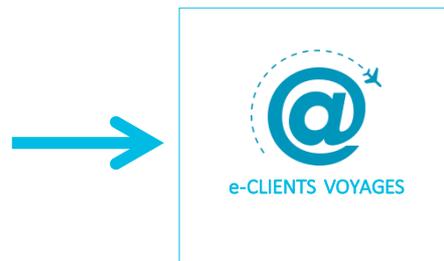
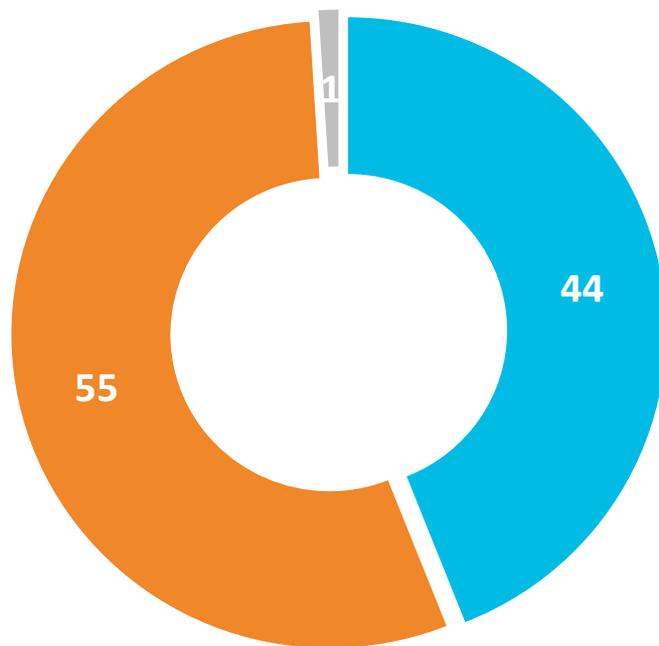
4 répondants sur 10 ont acheté du voyage en ligne au cours des 6 derniers mois

Avez-vous acheté en ligne un voyage ou des billets de transport (vol, voyage organisé, hôtel...etc.) au cours des 6 derniers mois ?

Base: acheteurs en ligne (n=980)

En %

■ Oui ■ Non ■ Vous ne savez plus



CONFIANCE, RELATION CLIENT, et NAVIGATION :

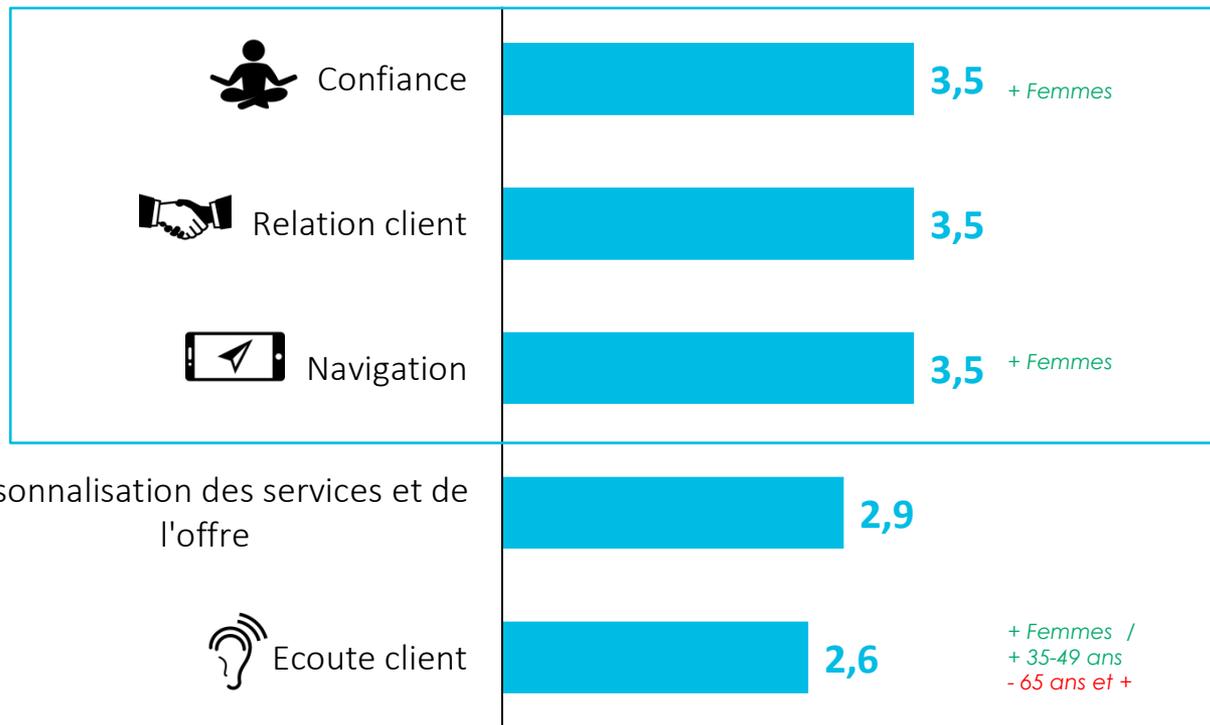
La hiérarchie des critères de choix pour les e-commerçants spécialisés en voyage est identique à celle des e-commerçants en général

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %

Note moyenne obtenue par chaque thématique*



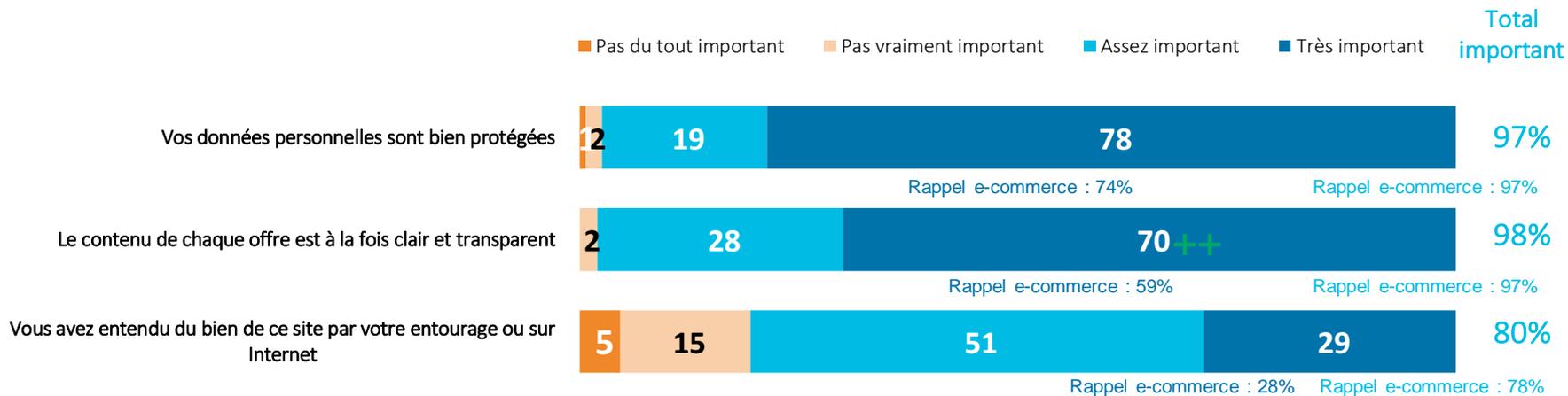
Par rapport aux e-CLIENTS , le rang d'importance des thématiques est identique

Confiance dans les sites de voyage : Des niveaux d'attentes encore plus prononcés, et particulièrement concernant la transparence des offres

Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %



Relation client et sites de voyages

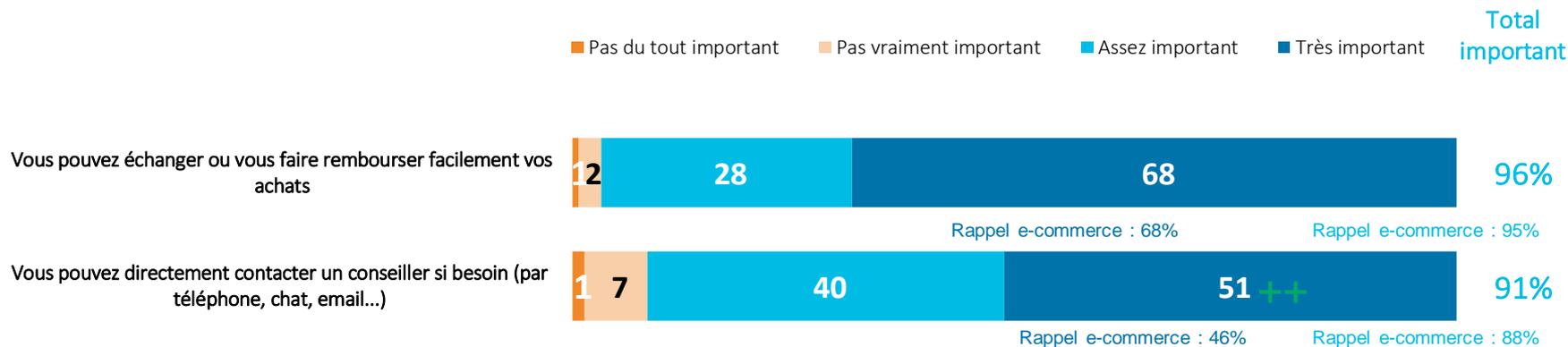
Des attentes bien plus prononcées quant au contact direct avec un conseiller
La 1^{ère} attente réside tout de même dans les conditions d'échange / de remboursement



Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %



Navigation et sites de voyage

Les e-clients attendent une meilleure ergonomie, une navigation encore plus fluide d'un site de voyage que d'un site classique

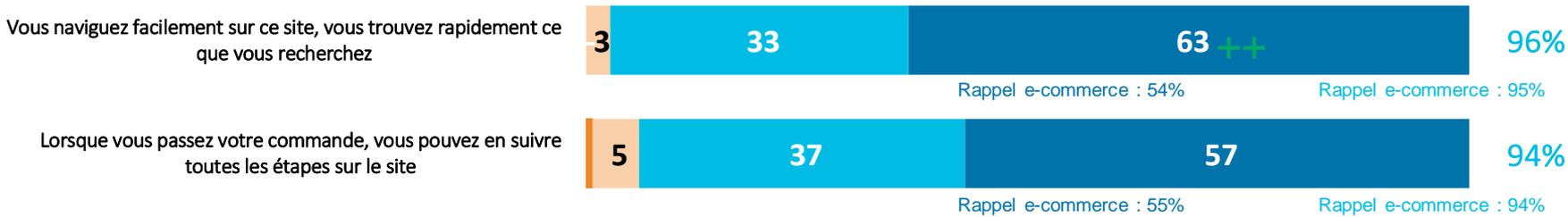
Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %



■ Pas du tout important
 ■ Pas vraiment important
 ■ Assez important
 ■ Très important
 Total important



Personnalisation des services et de l'offre et sites de voyage

Les e-clients attendent avant tout des fonctionnalités qui leur permettent d'avoir accès aux meilleurs prix et qui les aident pour la planification de leur voyage



Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %

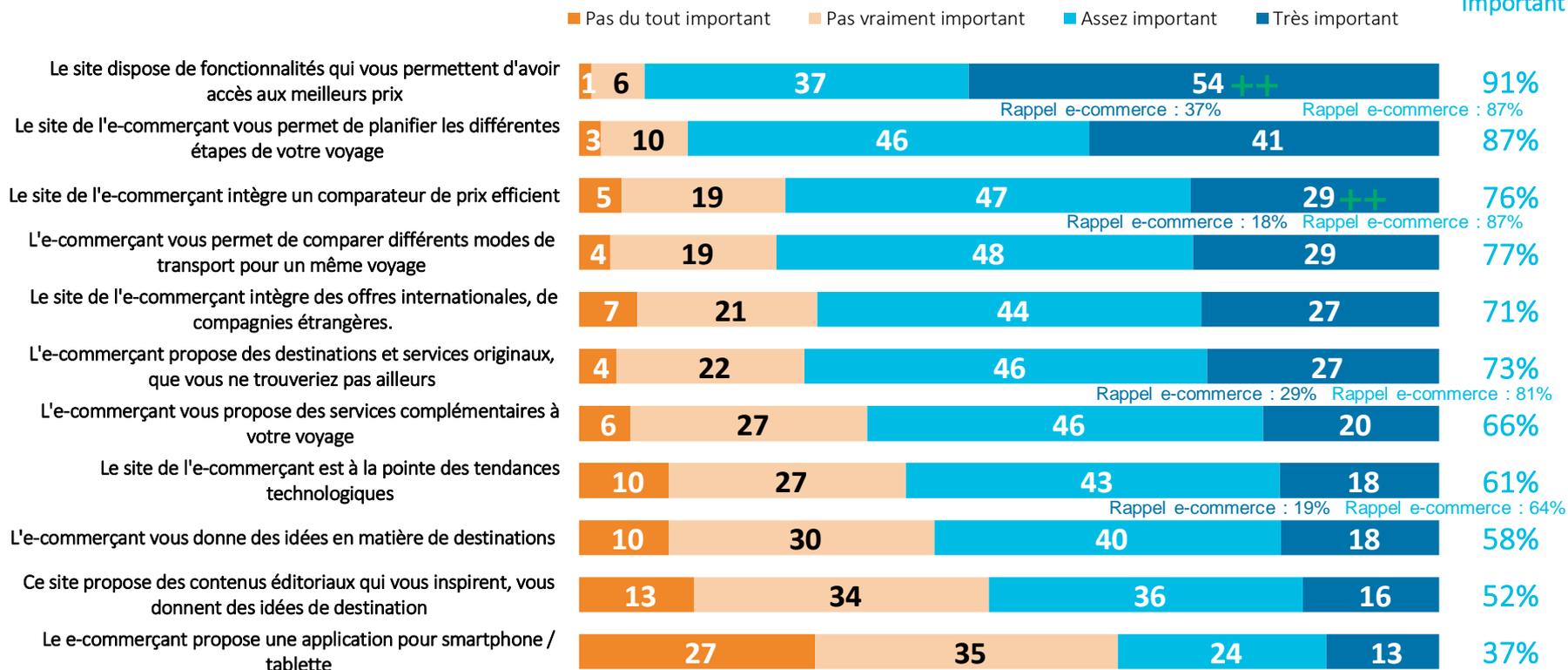
#4



Personnalisation des services et de l'offre



Total important



Ecoute client & Sites de voyage

Des attentes qui se construisent notamment à travers des offres qui facilitent l'expérience client. La possibilité de laisser un avis et la participation à l'amélioration du site sont moins prioritaires

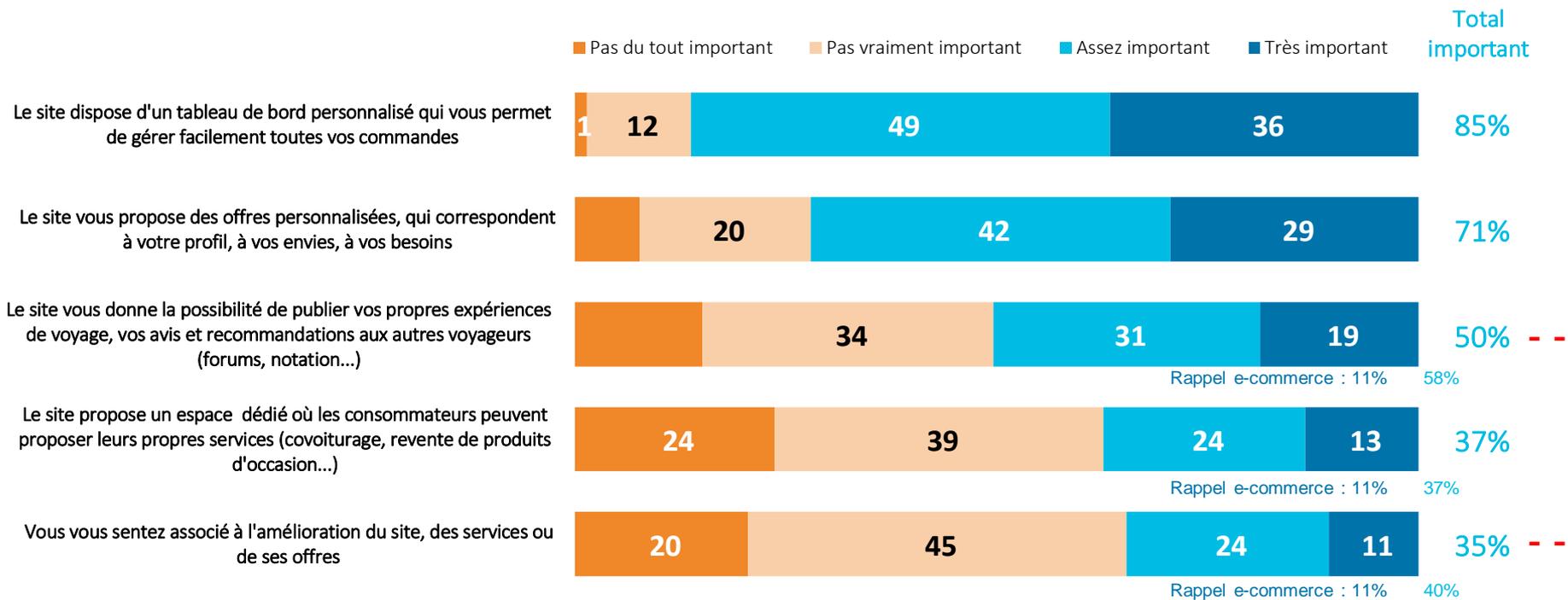


Avant de réaliser un achat sur internet, les critères ci-dessous sont-ils importants pour vous dans votre choix de l'e-commerçant spécialisé en voyage ?

Base: acheteurs en ligne de voyages (n=432)

En %

#5  Ecoute client | 2,6



Enfin, le e-commerçant idéal
ce serait un site qui serait le PARTENAIRE de leur expérience client



L'idée d'un e-commerçant aux multiples facettes, expert sur son domaine, clairvoyant et complice

Un PARTENAIRE du parcours client

Pour commencer, nous souhaiterions imaginer votre commerçant en ligne idéal. Quel(s) service(s) proposerait-il ? En quoi serait-il différent des autres e-commerçants ? Comment, et en quoi vous aiderait-il au quotidien ? *Question ouverte. Nous parlons des commerçants en ligne tous secteurs confondus : culture, voyages, nouvelles technologies, électroménager, habillement, alimentaire...*

Base: ensemble (n=1008)



QUELQUES VERBATIMS



« Un genre de courtier de services »



« Mon personal shopper »



« L'équipe des Experts, sur son domaine »