

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Avant-première des résultats de l'eShopper Index 2015

L'omnicanal : des réalités très disparates

Le 18 mars prochain, à l'occasion de l'e-commerce One to One à Monaco, arvato a invité iVentures Consulting à présenter en exclusivité les résultats de la troisième édition de l'étude eShopper Index. A deux semaines de l'évènement, arvato et iVentures dévoilent les premiers résultats relatifs à la gestion de l'omnicanal des enseignes analysées.

Le 4 mars 2015

Les premiers résultats

L'eShopper Index est le seul indicateur qui analyse et classe les performances e-commerce des entreprises tout au long du parcours client. Cette troisième édition couvre 111 acteurs du monde entier, "brick & clicks" et "pure players", provenant de 8 secteurs, analysés sur plus de 250 critères tout au long du parcours d'achat. Pour cette édition 2015, les analyses sont encore plus poussées, notamment sur le marketing online et la personnalisation, le mobile, le contenu, et l'omnicanal.

Défini comme la convergence des canaux, l'omnicanal est depuis plusieurs années l'une des priorités annoncées par les marques et enseignes.

Sur les 111 acteurs analysés, 82 disposent de leurs propres magasins et mettent en place, pour la plupart, deux grande familles de services liés à l'omnicanal : des services en ligne et des services en magasins.

Services en ligne: les applications mobiles se distinguent

Tous les sites e-commerce des acteurs ayant des magasins mettent à disposition un store locator. En revanche, moins de 40% des acteurs disposent du service d'information sur la disponibilité d'un produit en magasin, et moins de 20% proposent la prise de rendez-vous en magasin. A noter : l'apparition de nouveaux services en ligne proposés via les App mobiles (par exemple lorsque le consommateur prend une photo d'un vêtement qui lui plaît et que l'entreprise, via l'application, lui propose les produits les plus similaires parmi les références disponibles).

Bémol sur la gestion des retours et les collect services

Seule la moitié des acteurs disposant de magasins proposent aux consommateurs le retour et l'échange de produits en magasin alors que ce service devrait être de l'ordre des basiques.

De même, seuls 39% des marques proposent le Click & Collect à leurs clients, et moins de 10 % proposent le Reserve & Collect.

Contacts Presse :

Oxygen

Pauline Boulfroy

03 66 72 41 43

pauline@oxygen-rp.com

arvato

Grégory KRUMM

gregory.krumm@arvato.fr

Magasins: les fonctionnalités mobiles encore à la peine

Encore très peu d'acteurs proposent à leurs clients des fonctionnalités mobiles spécifiques une fois en magasin. Si les scans de code-barres et QR code pour accéder à des informations produits sont proposés par un quart des acteurs analysés, moins de 10% d'entre eux proposent le paiement via mobile, le push d'information spécifiques des magasins ou d'offres, ou encore la possibilité de contacter un vendeur.

Principales différences entre les deux rives de l'atlantique

Les retours et échanges en magasin sont plus fréquemment proposés aux USA qu'en Europe. En revanche, les services de Click & Collect et Reserve & Collect sont plus importants en Europe qu'aux USA. Enfin, on notera que les acteurs américains sont en avance sur les fonctionnalités mobiles in-store.

Click & Collect et retour en magasin: distributeurs multi-secteurs en tête

Les distributeurs multi-secteurs sont les plus avancés dans la mise en place de fonctionnalités omnicanal tels que le Click & Collect et le retour en magasin, très loin devant les acteurs de la beauté, de la mode et du luxe.

Best practices: l'eShopper Index 2015 met en avant des acteurs issus de secteurs différents (retail, luxe, cosmétique, mode, électronique, meubles, jouets, culture et multi-secteur) identifiés comme best practices.

Lors de l'atelier "Restitution exclusive de l'étude eShopper Index 2015" qui se tiendra le mercredi 18 mars à 15h, Frédéric Lezy (Directeur e-commerce arvato) et Christophe Biget (Directeur Associé iVentures) présenteront le classement des meilleures performances e-commerce, ainsi que les key learnings et best practices issus de cette étude en détails et dans son intégralité.

Découvrez l'offre e-commerce arvato

En France et à l'international, les équipes d'arvato ont développé une offre unique intégrant toutes les briques nécessaires à la construction d'un modèle e-commerce gagnant : omnicanal, direct-to-consumer, internationalisation, optimisation du parcours d'achat, instauration de marketplaces, digitalisation du parcours client. Notre expertise nous permet de piloter l'activité e-commerce de nos clients quelle que soit la nature des produits ou services commercialisés.

Seront présents sur le stand arvato Frédéric Lézy (Directeur e-commerce), Valérie Gryson (Directrice des opérations), Arnaud Le Bris, (Directeur des projets), Hakim Taalba (Directeur CRM & Business Intelligence) ainsi que Christophe Biget (Directeur Associé iVentures).

A propos d'arvato

Véritable force conseil, arvato développe des stratégies marketing et des solutions sur mesure pour des relations plus fluides, plus riches et plus humaines. Ses équipes d'experts métiers (CRM, SCM, digital marketing, services financiers) s'appuient sur des spécialistes sectoriels et opérationnels pour offrir aux marques un marketing client performant. Fort de sa puissance opérationnelle, arvato intervient à chaque étape du parcours client pour créer de la valeur et ainsi développer significativement le chiffre d'affaires de ses clients.

arvato accompagne avec succès des marques renommées comme Microsoft, Nintendo, Sennheiser, Tommy Hilfiger, Esprit, Nestlé, Douglas ou encore Triumph dans la création et le développement de leurs activités omnicanal à l'international. Avec un réseau de 110 centres de distribution dans 22 pays, 25 000 positions pour la gestion de la relation client dans une trentaine de langues et une plateforme proposant les principaux moyens de paiement à l'international, arvato dispose d'une position unique pour accompagner la stratégie de croissance internationale de ses clients B2B et B2C.

arvato appartient à Bertelsmann, premier groupe de média et services en Europe. Présent dans 40 pays, dont 22 en Europe, arvato réunit 70 000 collaborateurs dans le monde et réalise en 2014 un CA de 4,7 milliards d'euros, dont 400 millions d'euros en France.

Plus d'informations : www.arvato.fr

Visitez notre blog : <http://www.arvato.fr/leblogmarketingclient/>

Découvrez notre magazine : <http://marketingclient.lesechos.fr/>

A propos d'iVentures Consulting

iVentures Consulting est un cabinet de Conseil en Management spécialisé en stratégie business digitale et transformation digitale, créé en 2005 par Aurélia Ammour et Christophe Biget et basé à Paris et à San Francisco.

iVentures Consulting intervient particulièrement dans les secteurs Mode, Luxe, Cosmétiques, Distribution, Transport & Voyage, Media et Entertainment.

iVentures Consulting accompagne ses clients dans la définition, l'organisation, la transformation et la mise en oeuvre opérationnelle de leur stratégie business digitale ainsi que dans le développement des compétences digitales du top management et des équipes opérationnelles.

Plus d'informations : www.iventures-consulting.com/eshopper-index