

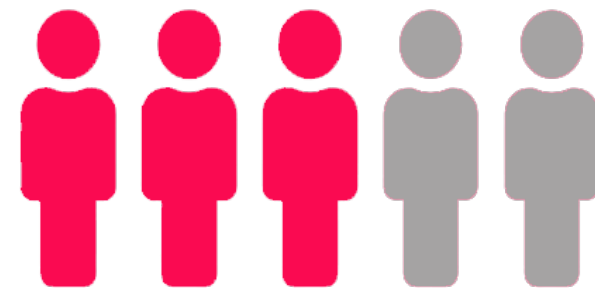


LES FRANÇAIS & L'INNOVATION CONVERSATIONNELLE DANS LE RETAIL

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 26.10.23

“opinionway”

LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DU MOIS



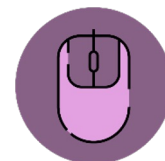


La méthodologie de l'enquête

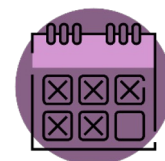


Echantillon de **1008 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **les 18 et 19 octobre 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



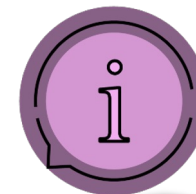
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

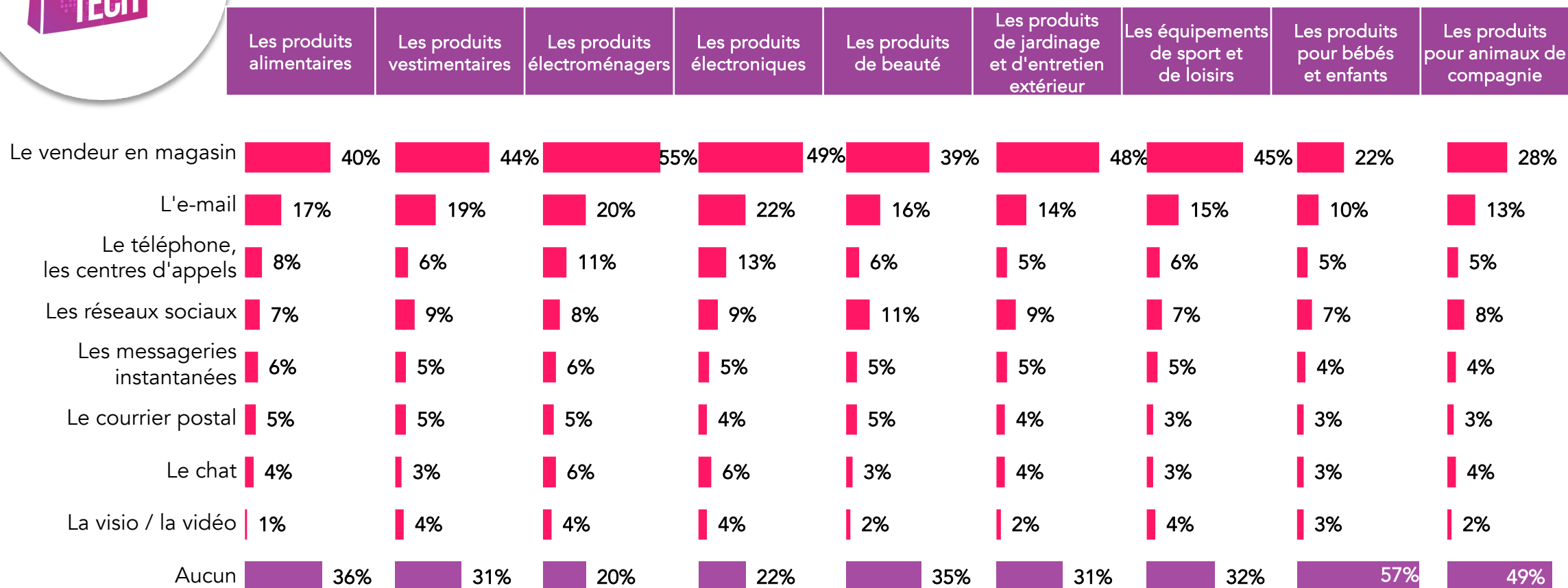
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour la Retail Tech » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS - RECAPITULATIF

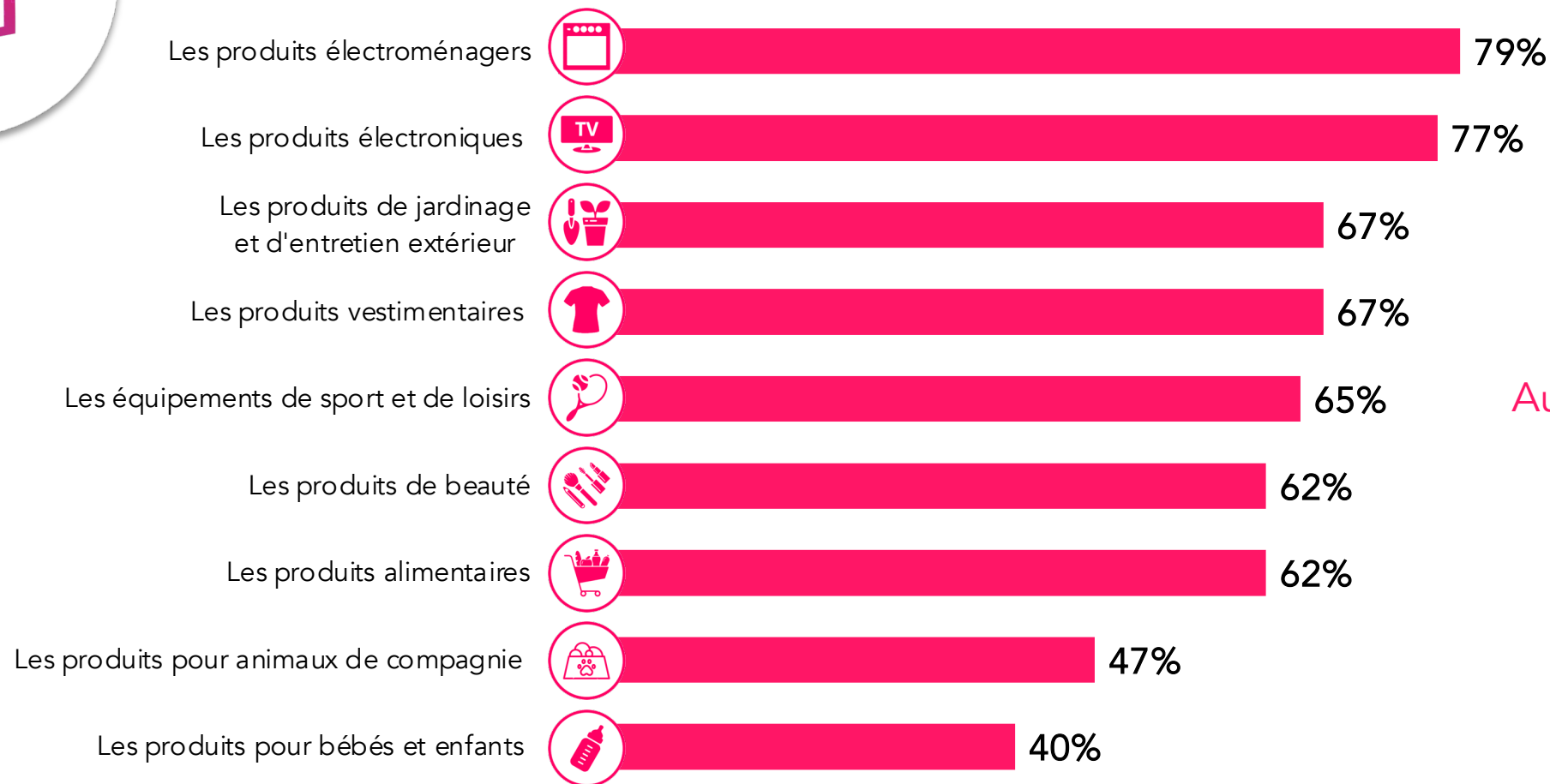


QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS - RECAPITULATIF



%

Au moins un canal

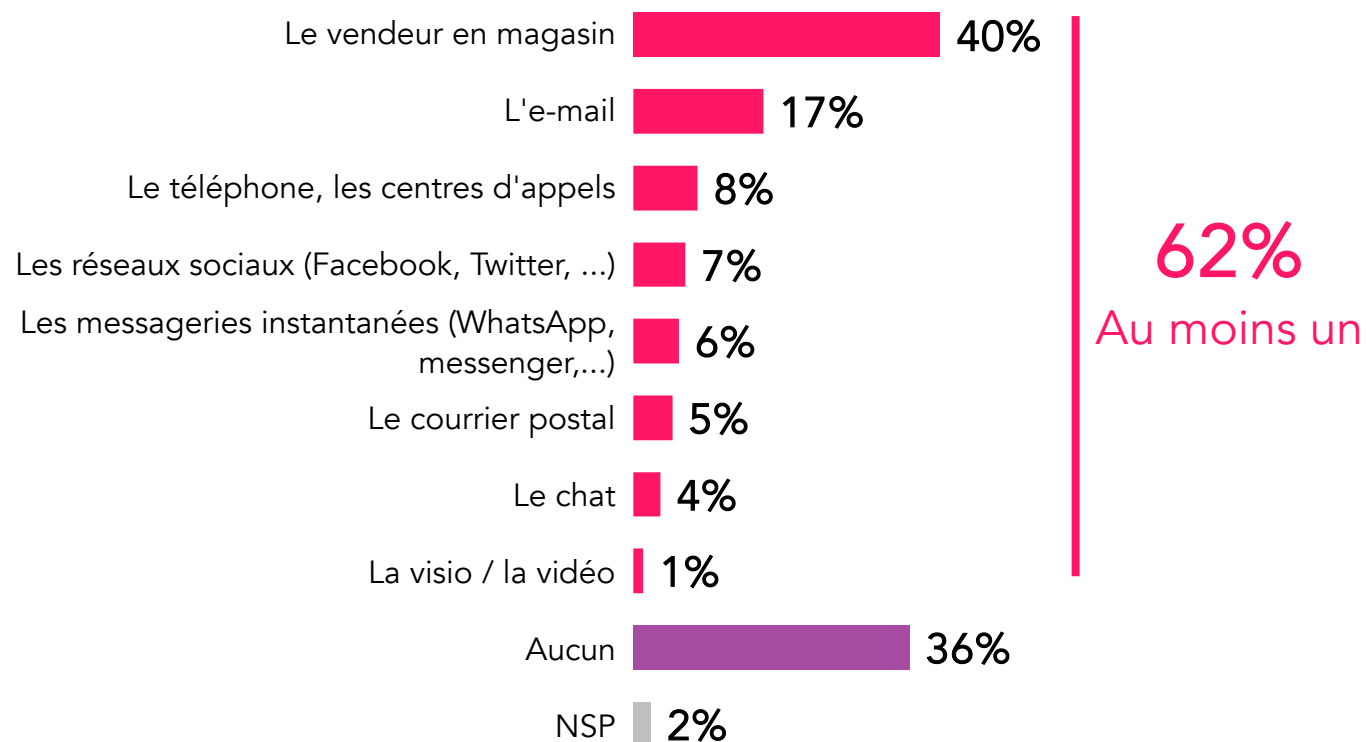
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES

% Les produits alimentaires



QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES

% Les produits alimentaires	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	40%	39%	41%	30%	31%	42%	42%	45%	37%	39%	42%
L'e-mail	17%	18%	16%	12%	17%	19%	18%	15%	19%	18%	15%
Le téléphone, les centres d'appels	8%	9%	8%	14%	8%	8%	9%	5%	9%	7%	9%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	7%	8%	6%	20%	14%	5%	2%	3%	8%	7%	6%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	6%	6%	6%	20%	11%	7%	2%	1%	6%	6%	6%
Le courrier postal	5%	5%	5%	10%	6%	1%	6%	6%	3%	5%	7%
Le chat	4%	4%	3%	3%	6%	3%	5%	2%	3%	6%	2%
La visio / la vidéo	1%	2%	1%	-	4%	2%	-	1%	2%	2%	1%
Aucun	36%	36%	36%	29%	33%	34%	40%	38%	37%	34%	36%

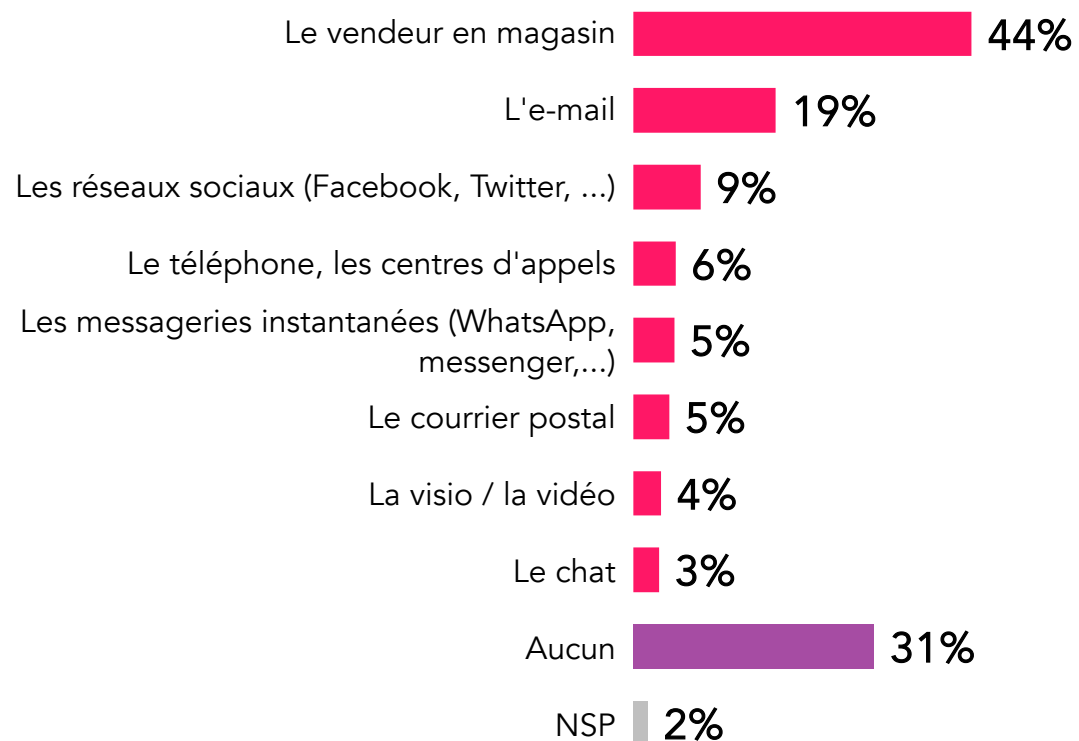
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS VESTIMENTAIRES

% Les produits vestimentaires
(habits, chaussures, accessoires de mode)



67%
Au moins un

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS VESTIMENTAIRES

% Les produits vestimentaires (habits, chaussures, accessoires de mode)	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	44%	44%	44%	22%	32%	45%	49%	54%	47%	40%	46%
L'e-mail	19%	17%	20%	15%	21%	22%	19%	16%	18%	19%	19%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	9%	8%	9%	30%	16%	8%	2%	3%	12%	7%	7%
Le téléphone, les centres d'appels	6%	6%	5%	6%	4%	7%	5%	5%	5%	6%	6%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	5%	6%	5%	23%	9%	3%	2%	1%	5%	5%	5%
Le courrier postal	5%	4%	5%	5%	6%	3%	7%	3%	4%	6%	4%
La visio / la vidéo	4%	4%	3%	6%	6%	1%	3%	4%	4%	4%	3%
Le chat	3%	3%	4%	5%	9%	3%	1%	2%	3%	2%	4%
Aucun	31%	32%	31%	29%	29%	31%	34%	31%	28%	35%	30%

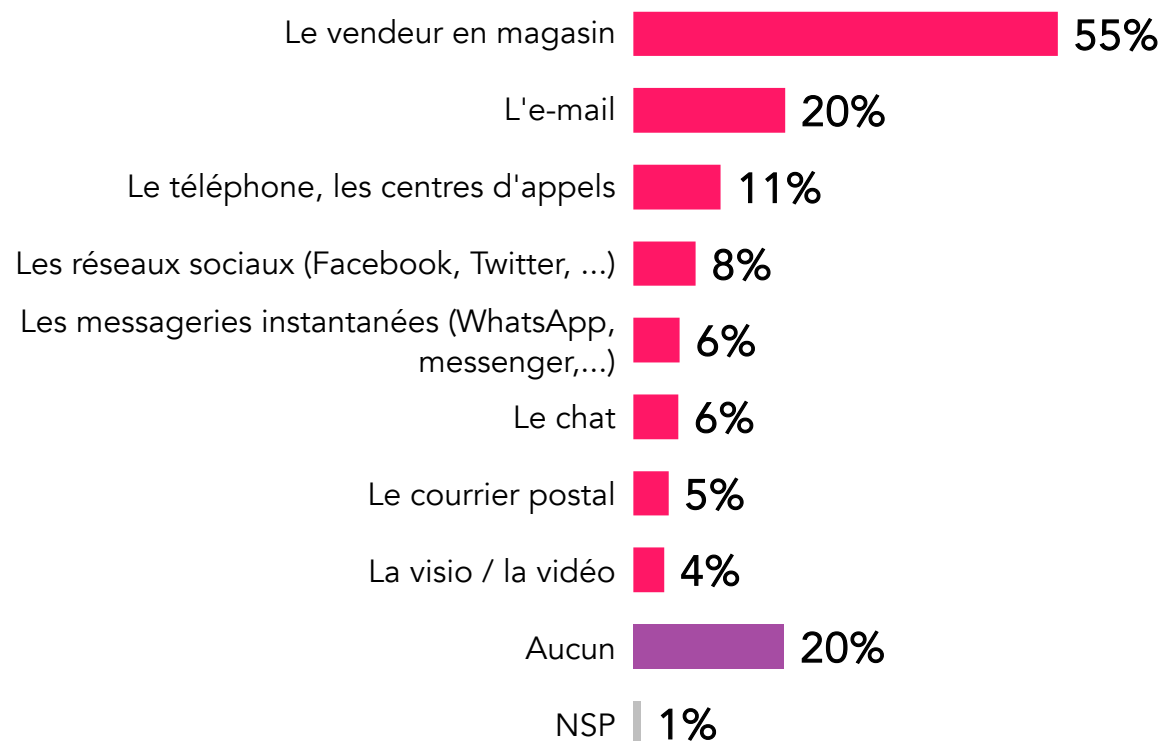
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ÉLECTROMÉNAGERS

% Les produits électroménagers



79%
Au moins un

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ÉLECTROMÉNAGERS

% Les produits électroménagers	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	55%	52%	58%	26%	40%	56%	61%	69%	56%	52%	57%
L'e-mail	20%	21%	18%	18%	21%	20%	22%	17%	21%	21%	18%
Le téléphone, les centres d'appels	11%	13%	10%	10%	9%	15%	10%	11%	12%	9%	13%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	8%	9%	7%	29%	13%	8%	3%	2%	7%	8%	7%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	6%	6%	6%	23%	10%	5%	2%	1%	7%	5%	7%
Le chat	6%	6%	6%	7%	11%	8%	3%	4%	5%	8%	5%
Le courrier postal	5%	5%	4%	6%	8%	3%	5%	4%	4%	6%	4%
La visio / la vidéo	4%	6%	2%	5%	5%	1%	4%	5%	6%	4%	3%
Aucun	20%	20%	19%	26%	22%	19%	20%	17%	18%	19%	21%

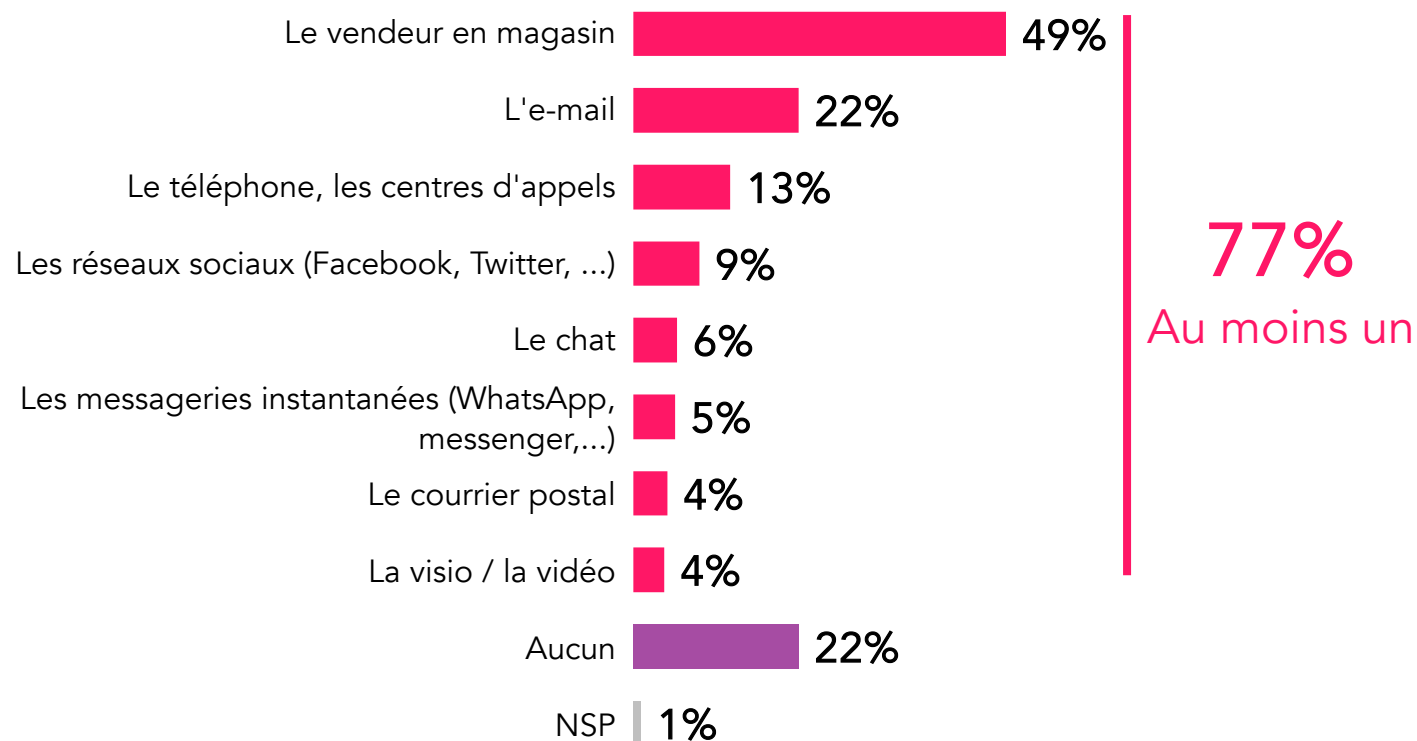
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ÉLECTRONIQUES

% Les produits électroniques
(téléphones, ordinateurs, tablettes)



QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS ÉLECTRONIQUES

% Les produits électroniques (téléphones, ordinateurs, tablettes)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	49%	47%	50%	31%	33%	48%	51%	64%	45%	43%	55%
L'e-mail	22%	22%	21%	16%	21%	25%	22%	21%	24%	21%	20%
Le téléphone, les centres d'appels	13%	13%	12%	13%	14%	13%	13%	12%	11%	13%	14%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	9%	11%	7%	25%	15%	7%	5%	3%	9%	10%	6%
Le chat	6%	6%	6%	12%	9%	6%	2%	4%	5%	6%	5%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	5%	6%	5%	14%	10%	5%	2%	2%	5%	5%	6%
Le courrier postal	4%	5%	4%	9%	6%	5%	3%	2%	6%	4%	4%
La visio / la vidéo	4%	5%	3%	7%	4%	3%	4%	4%	7%	4%	3%
Aucun	22%	22%	21%	19%	21%	24%	25%	18%	21%	24%	20%

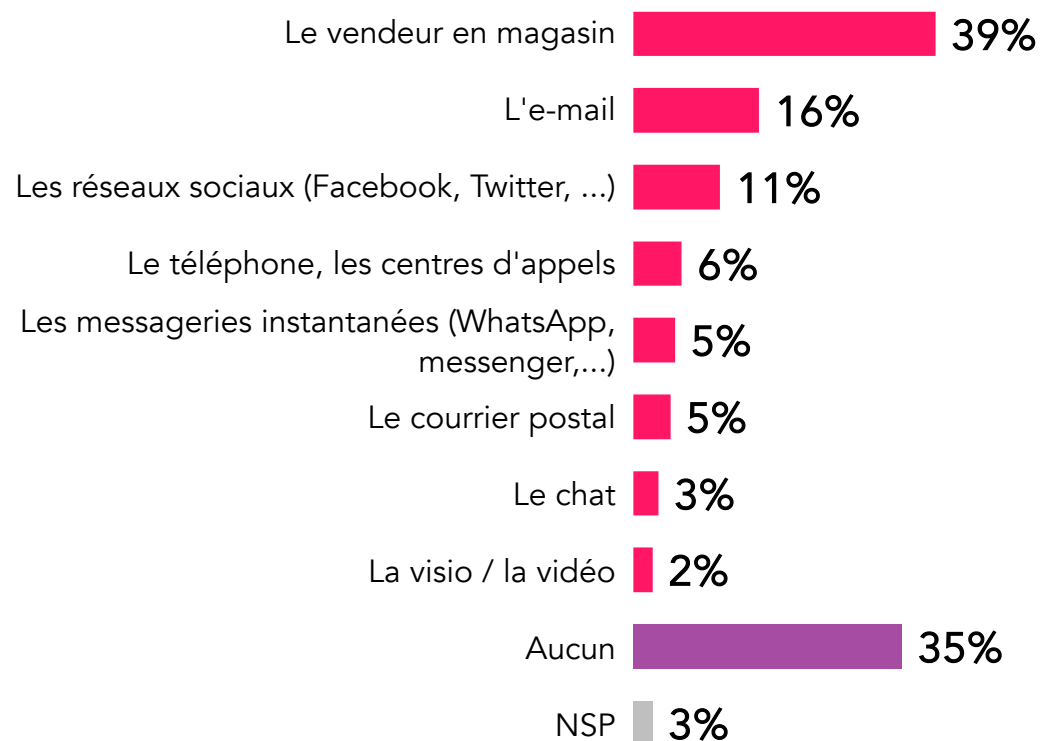
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS DE BEAUTÉ

% Les produits de beauté



62%
Au moins un

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS DE BEAUTÉ

% Les produits de beauté	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	39%	35%	43%	31%	30%	43%	38%	46%	43%	37%	40%
L'e-mail	16%	15%	18%	11%	18%	18%	18%	15%	17%	17%	16%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	11%	11%	12%	33%	17%	12%	5%	4%	15%	11%	8%
Le téléphone, les centres d'appels	6%	7%	5%	10%	9%	8%	5%	3%	7%	5%	6%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	5%	4%	7%	20%	10%	4%	3%	1%	7%	4%	6%
Le courrier postal	5%	5%	5%	12%	5%	2%	6%	4%	4%	4%	6%
Le chat	3%	3%	4%	5%	7%	4%	1%	1%	4%	3%	2%
La visio / la vidéo	2%	3%	2%	3%	3%	1%	2%	3%	4%	3%	1%
Aucun	35%	41%	30%	27%	32%	30%	42%	39%	31%	35%	37%

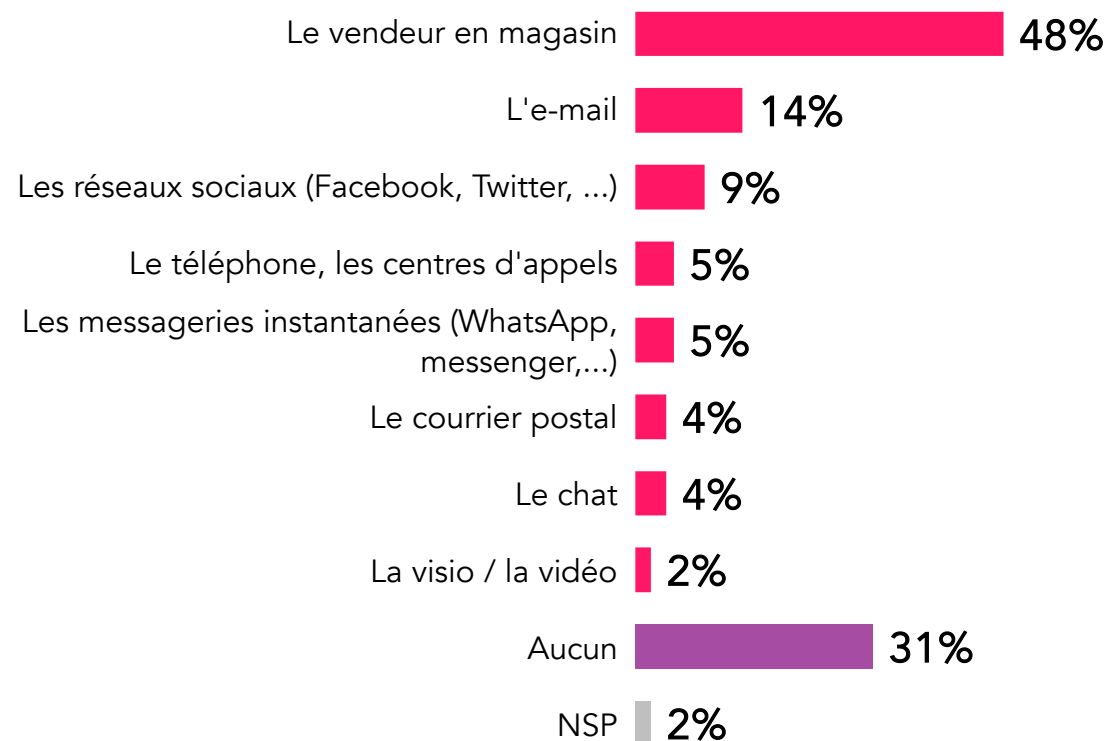
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS DE JARDINAGE ET D'ENTRETIEN EXTÉRIEUR

% Les produits de jardinage et d'entretien extérieur



67%
Au moins un

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS DE JARDINAGE ET D'ENTRETIEN EXTÉRIEUR

% Les produits de jardinage et d'entretien extérieur

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	48%	46%	50%	22%	34%	49%	55%	59%	50%	44%	51%
L'e-mail	14%	17%	12%	17%	13%	15%	15%	12%	14%	14%	14%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	9%	9%	8%	22%	14%	8%	4%	4%	10%	8%	7%
Le téléphone, les centres d'appels	5%	6%	5%	7%	8%	5%	4%	4%	6%	5%	5%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	5%	5%	5%	17%	9%	4%	2%	0%	6%	4%	5%
Le courrier postal	4%	5%	4%	8%	5%	2%	4%	4%	3%	5%	5%
Le chat	4%	5%	3%	8%	6%	2%	4%	2%	5%	4%	3%
La visio / la vidéo	2%	2%	2%	5%	3%	1%	1%	2%	2%	2%	2%
Aucun	31%	31%	32%	36%	33%	33%	30%	29%	27%	33%	31%

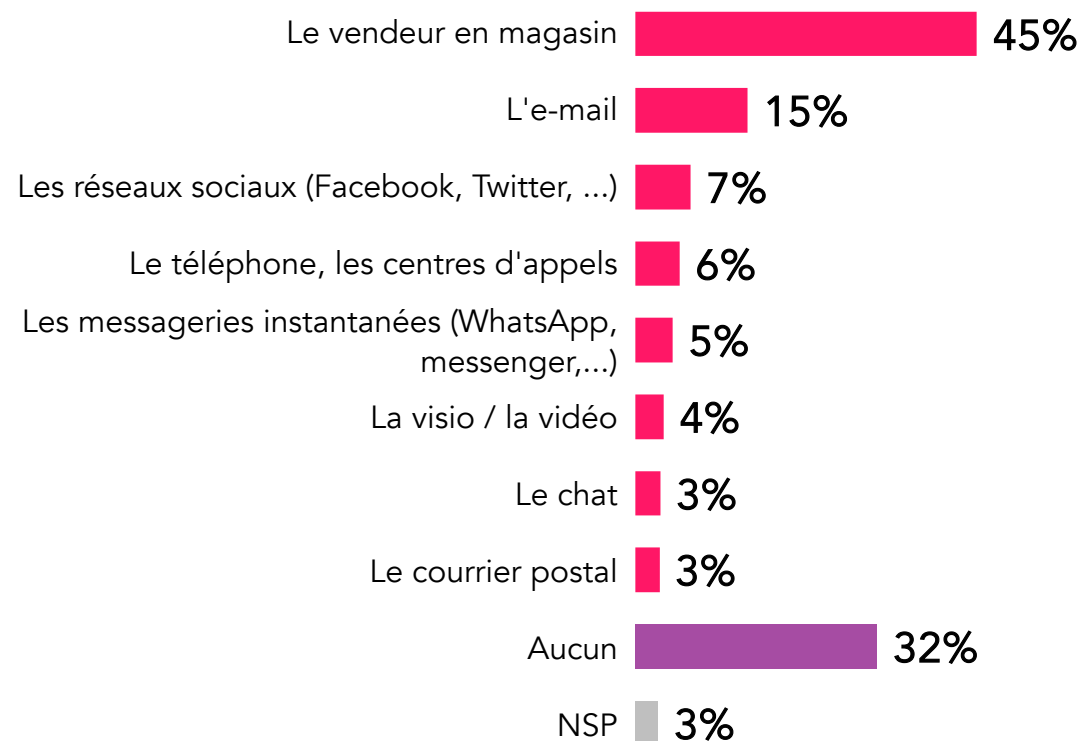
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES ÉQUIPEMENTS DE SPORT ET DE LOISIRS

% Les équipements de sport et de loisirs
(vélos, rollers, équipements de randonnée, etc.)



65%
Au moins un

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES ÉQUIPEMENTS DE SPORT ET DE LOISIRS

% Les équipements de sport et de loisirs (vélos, rollers, etc.)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	45%	44%	45%	30%	28%	47%	48%	53%	51%	39%	46%
L'e-mail	15%	16%	13%	11%	18%	18%	12%	13%	15%	16%	14%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	7%	8%	6%	19%	11%	7%	5%	3%	8%	9%	5%
Le téléphone, les centres d'appels	6%	7%	4%	10%	7%	6%	3%	5%	5%	6%	6%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	5%	5%	4%	12%	12%	3%	4%	1%	6%	6%	3%
La visio / la vidéo	4%	5%	3%	7%	2%	4%	2%	4%	4%	3%	4%
Le chat	3%	4%	3%	4%	8%	1%	2%	3%	4%	4%	2%
Le courrier postal	3%	3%	3%	11%	4%	1%	1%	3%	3%	3%	3%
Aucun	32%	31%	32%	26%	35%	28%	35%	32%	25%	33%	33%

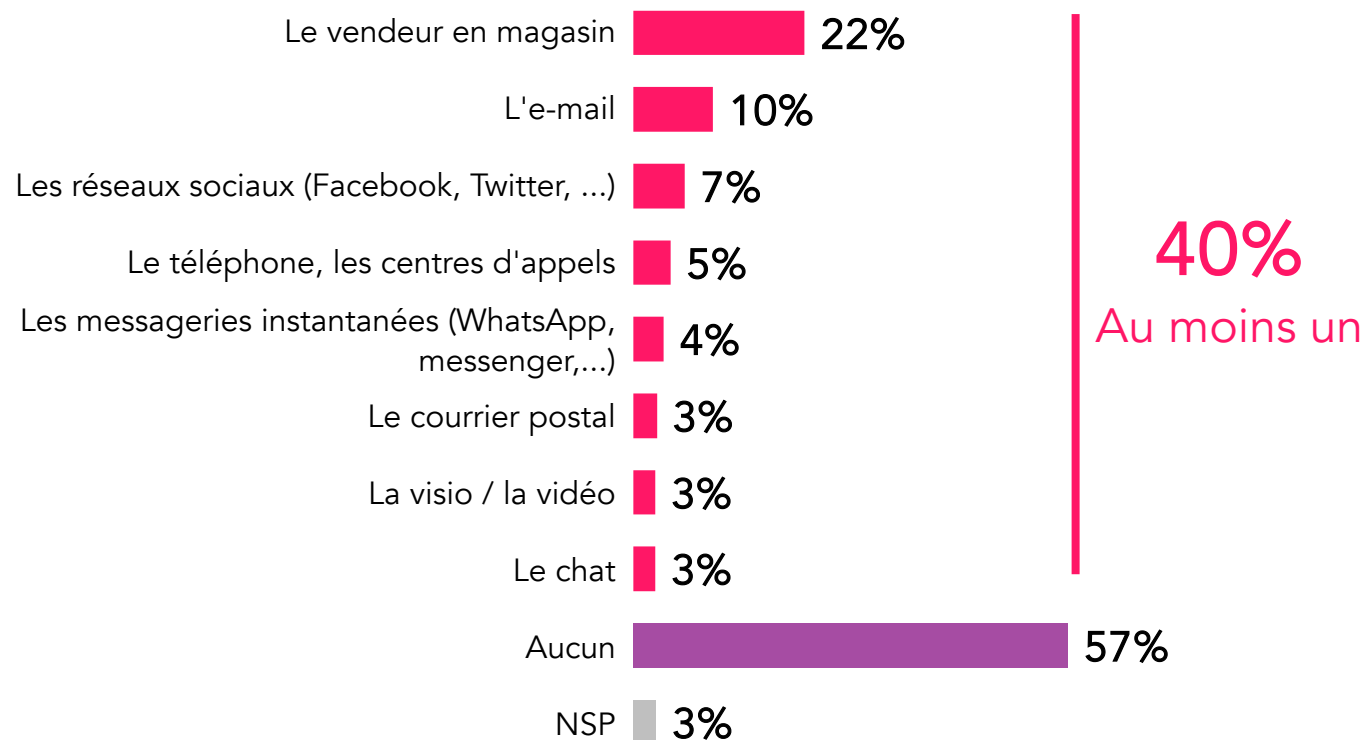
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS POUR BÉBÉS ET ENFANTS

% Les produits pour bébés et enfants
(couches, jouets, vêtements)



QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS POUR BÉBÉS ET ENFANTS

% Les produits pour bébés et enfants (couches, jouets, vêtements)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	22%	21%	23%	21%	23%	23%	19%	25%	19%	24%	24%
L'e-mail	10%	10%	11%	8%	15%	12%	11%	6%	9%	12%	10%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	7%	7%	7%	23%	14%	6%	2%	2%	7%	7%	5%
Le téléphone, les centres d'appels	5%	5%	4%	4%	8%	7%	4%	2%	6%	4%	5%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	4%	4%	4%	21%	6%	2%	1%	0%	3%	4%	5%
Le courrier postal	3%	3%	3%	6%	5%	3%	2%	1%	3%	4%	3%
La visio / la vidéo	3%	5%	1%	7%	3%	4%	2%	1%	4%	2%	2%
Le chat	3%	3%	3%	11%	7%	1%	1%	1%	3%	3%	2%
Aucun	57%	57%	57%	39%	42%	55%	69%	62%	58%	54%	57%

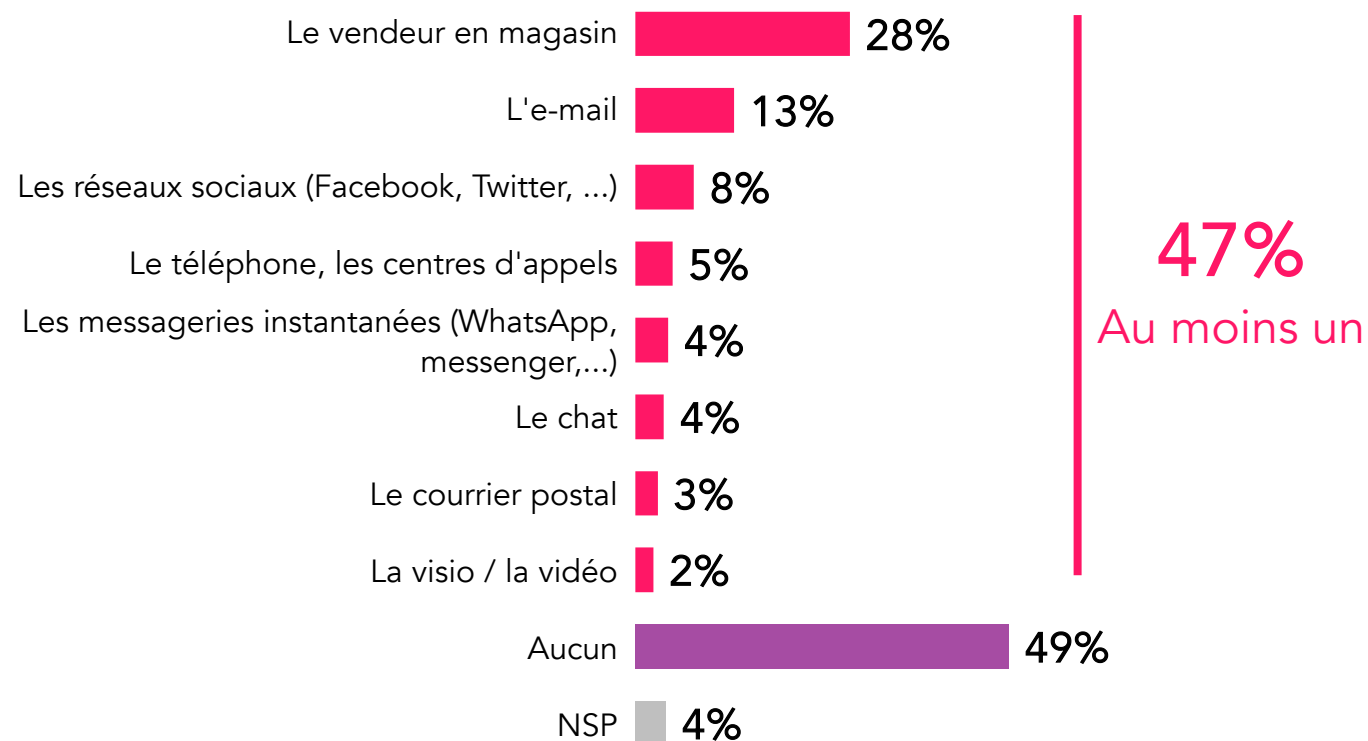
QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE

% Les produits pour animaux de compagnie (nourriture, jouets, soins)



QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LES PRODUITS POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE

% Les produits pour animaux de compagnie (nourriture, jouets, soins)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le vendeur en magasin	28%	26%	30%	21%	21%	31%	32%	27%	29%	32%	25%
L'e-mail	13%	14%	12%	17%	12%	15%	13%	10%	13%	14%	12%
Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)	8%	9%	7%	28%	11%	6%	4%	3%	8%	8%	7%
Le téléphone, les centres d'appels	5%	4%	6%	11%	7%	5%	4%	2%	5%	5%	5%
Les messageries instantanées (WhatsApp, messenger,...)	4%	5%	3%	14%	11%	3%	1%	1%	4%	4%	5%
Le chat	4%	4%	4%	7%	8%	4%	2%	1%	4%	5%	3%
Le courrier postal	3%	2%	4%	1%	4%	3%	4%	2%	4%	4%	2%
La visio / la vidéo	2%	2%	3%	10%	4%	1%	1%	2%	3%	1%	3%
Aucun	49%	51%	47%	35%	42%	48%	49%	58%	47%	42%	54%

QUESTION 1. En général, dans le cadre de vos échanges avec une marque ou une enseigne, quels canaux de communication privilégiez-vous avant, pendant et après vos achats de chacun des types de produits suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES TYPES DE CONTACT PRÉFÉRÉS TOUT AU LONG DU PARCOURS D'ACHAT

L'ACHAT D'UN PRODUIT EN MAGASIN



Avant

Pendant

Après

Un interlocuteur humain

81%

85%

83%

Un système automatisé

15%

11%

13%

NSP 4%

NSP 4%

NSP 4%

L'ACHAT D'UN PRODUIT EN LIGNE



Avant

Pendant

Après

61%

59%

66%

36%

37%

30%

NSP 3%

NSP 4%

NSP 4%

QUESTION 2. A chacune des étapes suivantes de votre parcours d'achat, préférez-vous être en contact avec un interlocuteur humain ou un système automatisé (serveur vocal interactif, chatbot*, intelligence artificielle...) ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants

*Un chatbot est un programme informatique qui utilise l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines et répondre aux questions des utilisateurs de manière automatisée.





LES TYPES DE CONTACT PRÉFÉRÉS TOUT AU LONG DU PARCOURS D'ACHAT

	% Un interlocuteur humain	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Pendant l'achat d'un produit en magasin	85%	86%	84%	75%	74%	81%	89%	95%	82%	83%	88%
Après l'achat d'un produit en magasin	83%	84%	82%	75%	70%	82%	87%	91%	79%	80%	87%
Avant l'achat d'un produit en magasin	81%	83%	80%	72%	71%	81%	87%	87%	80%	81%	83%
Après l'achat d'un produit en ligne	66%	67%	66%	58%	66%	68%	66%	68%	63%	66%	67%
Avant l'achat d'un produit en ligne	61%	63%	59%	53%	64%	57%	62%	63%	57%	60%	62%
Pendant l'achat d'un produit en ligne	59%	61%	58%	53%	57%	61%	59%	62%	56%	60%	60%

QUESTION 2. A chacune des étapes suivantes de votre parcours d'achat, préférez-vous être en contact avec un interlocuteur humain ou un système automatisé (serveur vocal interactif, chatbot*, intelligence artificielle...) ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants

*Un chatbot est un programme informatique qui utilise l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines et répondre aux questions des utilisateurs de manière automatisée.





LES TYPES DE CONTACT PRÉFÉRÉS TOUT AU LONG DU PARCOURS D'ACHAT

	% Un système automatisé	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Pendant l'achat d'un produit en ligne	37%	36%	38%	45%	35%	35%	38%	36%	40%	35%	38%
Avant l'achat d'un produit en ligne	36%	35%	37%	45%	32%	37%	36%	35%	38%	37%	35%
Après l'achat d'un produit en ligne	30%	30%	29%	38%	25%	28%	30%	30%	32%	29%	30%
Avant l'achat d'un produit en magasin	15%	14%	15%	26%	21%	13%	11%	11%	16%	14%	14%
Après l'achat d'un produit en magasin	13%	12%	14%	23%	20%	14%	11%	6%	15%	15%	11%
Pendant l'achat d'un produit en magasin	11%	11%	11%	21%	15%	14%	8%	4%	13%	12%	9%

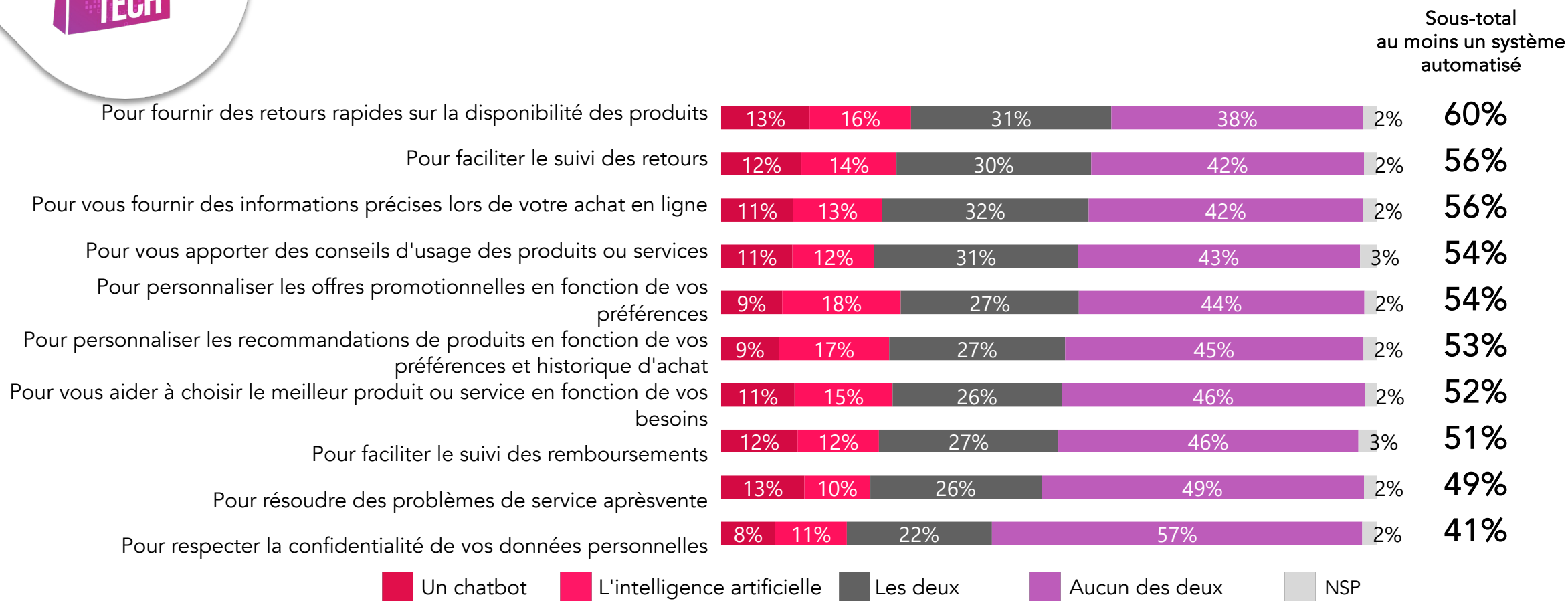
QUESTION 2. A chacune des étapes suivantes de votre parcours d'achat, préférez-vous être en contact avec un interlocuteur humain ou un système automatisé (serveur vocal interactif, chatbot*, intelligence artificielle...) ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants

*Un chatbot est un programme informatique qui utilise l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines et répondre aux questions des utilisateurs de manière automatisée.





LES ÉLÉMENTS AMÉLIORANT L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE



QUESTION 3. Selon vous, qu'est-ce qui pourrait le plus améliorer votre expérience d'achats en ligne ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants

*Un chatbot est un programme informatique qui utilise l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines et répondre aux questions des utilisateurs de manière automatisée.





LES ÉLÉMENTS AMÉLIORANT L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE

	% Au moins un système automatisé	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Pour fournir des retours rapides sur la disponibilité des produits	60%	61%	58%	78%	65%	64%	57%	49%	64%	56%	57%
Pour faciliter le suivi des retours	56%	56%	57%	74%	58%	64%	50%	47%	62%	56%	52%
Pour vous fournir des informations précises lors de votre achat en ligne	56%	57%	56%	76%	62%	63%	48%	45%	62%	55%	52%
Pour vous apporter des conseils d'usage des produits ou services	54%	56%	54%	75%	59%	59%	52%	43%	59%	55%	50%
Pour personnaliser les offres promotionnelles en fonction de vos préférences	54%	55%	54%	74%	62%	60%	50%	43%	58%	55%	51%
Pour personnaliser les recommandations de produits en fonction de vos préférences et historique d'achat	53%	53%	52%	76%	62%	60%	48%	34%	58%	54%	46%
Pour vous aider à choisir le meilleur produit ou service en fonction de vos besoins	52%	53%	51%	73%	66%	58%	45%	37%	59%	51%	45%
Pour faciliter le suivi des remboursements	51%	55%	48%	71%	52%	57%	50%	40%	56%	51%	47%
Pour résoudre des problèmes de service après-vente	49%	51%	47%	73%	54%	52%	44%	37%	54%	47%	46%
Pour respecter la confidentialité de vos données personnelles	41%	42%	41%	68%	49%	43%	41%	25%	47%	45%	33%

QUESTION 3. Selon vous, qu'est-ce qui pourrait le plus améliorer votre expérience d'achats en ligne ? Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants

*Un chatbot est un programme informatique qui utilise l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines et répondre aux questions des utilisateurs de manière automatisée.





CONTACTS PRESSE



La Retail Tech

Mike Hadjadj
Co-initiateur

94, rue Marius Auphan
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.laretailtech.com

[@MikeHadjadj](https://twitter.com/MikeHadjadj)

OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur général adjoint

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

[@FMicheau](https://twitter.com/FMicheau)





À TRÈS VITE !

laretailtech.com

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

26.10.23