

Les internautes expriment de véritables attentes vis-à-vis des pure-players du secteur e-commerce High-Tech

Paris, février 2009 – L'Observatoire e-Performance, conduit par Yuseo avec le soutien logistique de Ciao Surveys, sur les sites e-commerce High-Tech met en lumière un paradoxe intéressant : si l'expérience utilisateur des participants à l'étude est satisfaisante, avec une note moyenne de 63/100, il ressort néanmoins de l'étude une réelle insatisfaction sur des éléments clés liés notamment au service. Un bilan donc honorable mais qui révèle **d'importantes disparités entre les sites**.

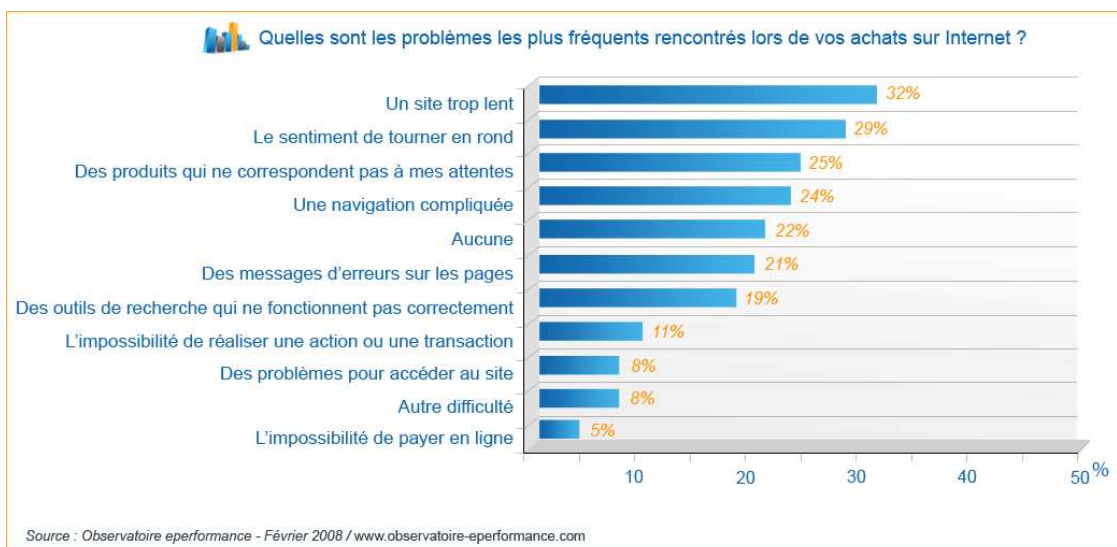
En effet, l'analyse des éléments impactant l'expérience client, révèle une réelle marge de manœuvre pour optimiser ces sites sur la base de l'existant. Réalisée en Europe, auprès de plus **3.600 internautes**, cette étude a permis de comprendre et d'illustrer les particularités des comportements induits par les 14 sites Internet testés ainsi que les leviers de maximisation de la satisfaction client en ligne et donc de la fidélisation.

Contexte - 78% des internautes français ont des difficultés lors de leurs achats en ligne

En plus d'observer l'expérience de navigation des internautes, l'Observatoire e-Performance a permis de recueillir sur un mode déclaratif ce qui les motive à acheter en ligne, ainsi que les principaux problèmes qu'ils rencontrent lors de leurs achats.

Seuls 22% des internautes français déclarent ne pas rencontrer de problème lors de leurs achats sur Internet, un bilan à mettre au regard de nos voisins anglais et allemand où respectivement seuls 20% et 15% des cyberacheteurs n'ont pas rencontré de difficultés.

Concernant la France, viennent en tête des difficultés l'utilisation (lenteur à 32%) et la prise en main du site (navigation, repérage et outils de recherche 72% en cumul). Le sujet d'une **offre inadaptée aux attentes ressort tout de même à 25 %**.



Mais qu'est-ce qui motive les internautes français à acheter en ligne ? Alors que sont toujours plébiscités la flexibilité horaire 24/24h et 7/7j (70%), l'attractivité des prix (60%) ou la livraison à domicile (45%), deux éléments ressortent très nettement en queue de peloton à savoir consulter l'avis des autres acheteurs en ligne sur le site (12%) et trouver des informations détaillées sur les produits (9%).

Etude - 3.600 internautes testent les 10 acteurs majeurs du e-commerce High-tech en Europe

L'étude réalisée par Yuseo sur des sites majeurs « pure players » du secteur e-commerce High-Tech en Europe compare les performances respectives d'acteurs concurrents ayant des activités similaires. A cet effet, 3.600 internautes ont été mobilisés et sélectionnés par CIAO Surveys.

	alapage.com	amazon.com	Cdiscount.com	redcoon	ebuyer.com	LASKYS	lillewoods	DOMANIA.com	PLAY.COM	Netto
France	✓	✓	✓					✓	✓	✓
Angleterre		✓			✓	✓	✓	✓	✓	
Allemagne		✓		✓				✓		

Source : Observatoire e-Performance – février 2009
www.observatoire-eperformance.com

Constat – Sites e-commerce High-Tech : une perception utilisateurs mitigée

Après chaque tâche réalisée en ligne par chaque participant, son ressenti et sa perception ont été recueillis par des questions spécifiques et contextuelles. Cela a permis de **confronter ce qu'ils déclarent avec la réalité du comportement observé lors de leur navigation**. Ainsi, un ensemble de 78 questions a été posé à chacun, afin de disposer d'une vision large de l'expérience client mis en situation sur un ensemble de 9 dimensions clés.

Perception générale des internautes interrogés sur les sites e-commerce High-Tech
Note sur 100 – Classement de la meilleure à la plus mauvaise note



Source : Observatoire e-Performance – février 2009
www.observatoire-eperformance.com

Globalement honorablement perçus, les sites français pure-players du secteur e-commerce High-Tech se révèlent en retrait sur **certains éléments forts destinés à faciliter l'acte d'achat** tels que la visibilité du panier, l'indication des frais de livraison ou la mise en page.

Résultat – Cdiscount se distingue dans un palmarès irrégulier

Cdiscount se distingue avec une performance moyenne globale mesurée de 65 % supérieure à celle des autres sites. Cependant, cette hiérarchie n'est pas identique pour toutes les tâches confiées et les performances des sites peuvent varier entre 36% et 65%.

Si les sites étudiés ne présentent pas de défauts majeurs de conception au regard de leur maturité, la différence se fait sur **un ensemble de petits éléments de blocages** répartis sur l'ensemble du parcours client et générant finalement des écarts de performances très significatifs entre les sites.

Retrouvez la méthodologie et les résultats de l'Observatoire e-Performance sur :
www.observatoire-eperformance.com

Un dossier synthétique des résultats est également disponible sur simple demande auprès de Sandrine Pichavant

A propos de Yuseo : L'expertise utilisateur interactive optimisée au service de la performance

Fondée en janvier 2001, **Yuseo** est spécialisée en ergonomie des interfaces homme - machine (IHM), leader dans son domaine en France. Yuseo se consacre à la réalisation d'études et de conseils spécifiques sur différentes interfaces (Internet, logiciel, SVI, Mobiles,...) afin d'optimiser la performance. Forte des labels « OSEO » et « Jeune Entreprise Innovante » du Ministère de la Recherche, Yuseo dispose d'un positionnement unique, reposant sur ses outils propriétaires d'analyses comportementales quantitatives (WebBehave et Yuscard) développés par une équipe interne R&D permettant de coupler et de tirer meilleur parti du quantitatif et du qualitatif.

A propos de Ciao Surveys : La mobilisation d'échantillons qualifiés

Ciao Surveys fournit une gamme complète de solutions dans le domaine des sondages Internet incluant l'échantillonnage, la programmation, la traduction et la gestion de collecte de données en ligne. Des millions de membres participent régulièrement à travers le monde à des sondages rémunérés et font ainsi de CIAO le panel propriétaire le plus important et le plus diversifié du secteur des études de marché en ligne. CIAO Surveys GmbH, filiale de Greenfield Online, Inc. depuis 2005, a ses quartiers généraux européens à Munich.