

[Marketing & e-Commerce]

Compte tenu des enjeux d'image et financiers, il est essentiel de mesurer l'efficacité technique et commerciale de toute application, site Internet ou d'une nouvelle version avant son lancement. Jean-Olivier Penin, Directeur associé de b/acceptance, cabinet conseil en digital testing nous livre aujourd'hui les résultats de l'étude 'AppStore Review 2017'. Voici quelques enseignements à retenir...

S'assurer de la performance de ses outils digitaux avec le Digital testing

Ce sont 21 enseignes de retail qui ont été analysées par b/acceptance, de la lecture des stores en ligne jusqu'à l'analyse des commentaires clients que l'on peut trouver sur le web. La première conclusion que l'on peut tirer de cette étude est que le digital en lui-même n'est plus un sujet pour les consommateurs. Après plusieurs années de rodage sur les sites web, ils se sont appropriés les possibilités qu'offrent les technologies digitales à travers les PC mais aussi les tablettes et les Smartphone. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants, pressés, attentifs à ce que les marques répondent à leurs attentes...

400 terminaux différents en France

Avec 400 types de terminaux commercialisés et utilisés en France, que doit faire la marque pour s'adapter à ceux de ses clients ? C'est l'une des questions que peut résoudre pour vous b/acceptance... On constate que l'utilisation de chaque device est en corrélation avec la cible de clientèle : pour une marque ou une enseigne, il ne va donc pas être absolument nécessaire de tout tester.

« L'utilisation des outils digitaux par les clients dépend aussi de leur attachement à la marque. Ainsi, on a pu observer que l'utilisation d'une application est signe d'une certaine fidélité à la marque, contrairement à celle du web mobile ou fixe. En revanche ce site doit être totalement responsive afin que les clients disposent d'une ergonomie optimisée : c'est aujourd'hui la base attendue par tous les utilisateurs » explique Jean-Olivier Penin.

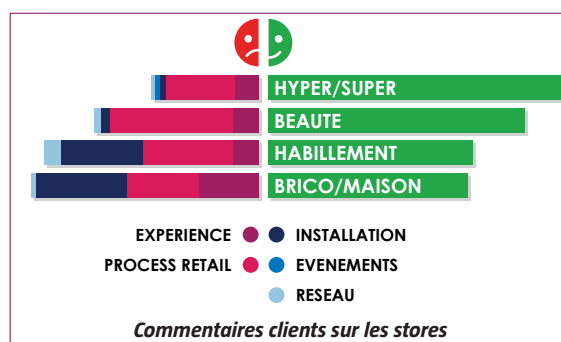
Sur quels critères agir pour améliorer l'efficacité de ses outils digitaux ?

L'étude révèle que les principaux leviers à la disposition des enseignes concernent 3 sujets : les aspects techniques (le réseau, des devices ...), les process retail et l'expérience client, avec de fortes variations selon les secteurs d'activité. Globalement, la satisfaction des clients est de 73% pour les hypers et supers et de 61% pour le secteur de la beauté alors que les clients insatisfaits sont plus nombreux pour les marchés de l'habillement (51%) et celui du bricolage et de la maison (53%). Qu'est-ce qui diffère ainsi d'un secteur à l'autre ?

« On remarque que l'acte d'achat dans la distribution alimentaire concerne une attente avant tout pragmatique, il faut que l'outil digital fonctionne bien et que les promesses concrètes de stock, de livraison et de prix soient respectées. En revanche, dans la mode comme dans la beauté, le client a une forte attente de proximité avec la marque qui n'est pas toujours satisfaite. Dans le bricolage et la maison, la forte attente que notre étude relève est celle, pour les utilisateurs, de comparer les produits les uns aux autres ».



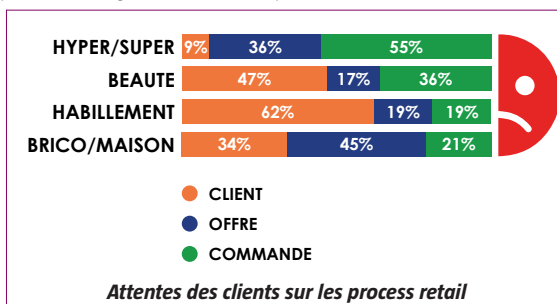
Jean-Olivier Penin



'Check My Customer' : faites un premier pas vers le retail testing

Afin de travailler avec des entreprises de retail, même encore de petite taille (à partir de 100 commandes par jour), b/acceptance a lancé ce service qui constitue une première analyse intéressante des outils digitaux.

En effet, Check My Customer donne en quelques jours un retour par un tiers, en termes d'image, de technique et de process de commande, avec les principaux d'axe d'amélioration des outils testés.



« En conclusion on peut recommander aux enseignes et aux marques d'être plus encore à l'écoute des besoins de leurs clients. Concernant le testing, il est nécessaire de maîtriser les aspects techniques. Il faut s'engager plus loin dans les analyses, avec le retail testing, et c'est là que b/acceptance offre à ses clients un vrai retour sur investissement. 50 consultants, tous certifiés ISTQB portent ainsi un regard neuf sur les outils digitaux et les retours clients des marques et enseignes. Leur savoir-faire spécifique constitue un gage de qualité sur les analyses ».



Infos & contact :
www.b-acceptance.com
contact@b-acceptance.com
 Tél.: +33(0)1.84.17.82.25