

LES 5 ATTENTES DES CONSOMMATEURS POUR LE MAGASIN DU FUTUR



Comment les magasins physiques doivent-ils évoluer pour faire face aux exigences des consommateurs? ShopperTrak a mené une enquête dans cinq pays européens et a pu identifier cinq tendances essentielles :

1) DAVANTAGE DE COMMODITÉ



Près de **la moitié** des consommateurs souhaitent voir **des files d'attente plus courtes** en magasin – **3 sur 10 abandonneront leurs achats** s'ils estiment que la queue est trop longue.

Un **tiers** souhaite bénéficier d'**options de paiement plus rapides**.

Les technologies attendues par les consommateurs afin de relever ce défi :

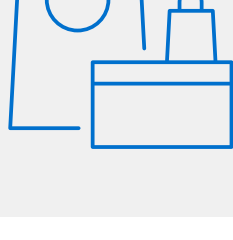


Un **tiers** des clients aimeraient profiter de **moyens de paiement sans contact ou par mobile** dans les magasins où ils se rendent.



1 sur 3 voudrait un **système automatique de gestion des files d'attente** afin de gagner du temps.

2) UNE PROPOSITION TRANSPARENTE



3 clients sur 10 souhaitent bénéficier d'**informations plus claires** concernant les prix et les promotions.

40 % se sentent frustrés par le **peu de stock disponible** en rayon.

Les technologies attendues par les consommateurs afin de relever ce défi :

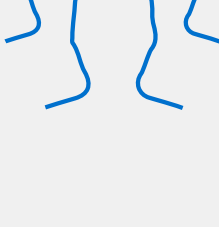


35 % d'entre eux désirent des **étiquettes électroniques sur les rayonnages** afin d'améliorer les informations produits.



1 client sur 3 aimerait disposer de **tablettes en libre-service** afin de pouvoir en savoir plus sur tel ou tel article, y compris la possibilité de le commander s'il n'est pas en stock.

3) UN PERSONNEL MIEUX FORMÉ ET PLUS DISPONIBLE



1 consommateur sur 4 aimerait que le personnel soit **plus compétent**, **60 %** d'entre eux se sentant quelque peu agacé par le **peu de connaissances du personnel sur le produit**.

D'un autre côté, un **quart des clients** quitteront le magasin s'ils trouvent les vendeurs **trop pressants**.

Les technologies attendues par les consommateurs afin de relever ce défi :



Un **quart d'entre eux** aimeraient que le personnel utilise des **tablettes** pour améliorer le service.

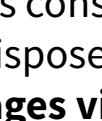
4) LA CAPACITÉ D'EXPLORER EN MAGASIN



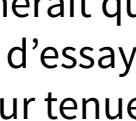
Un **tiers** des consommateurs utilisent les boutiques pour **passer les produits en revue**.

1 sur 5 aimerait pouvoir **faire des recherches sur un produit en magasin** – même si au final ils vont l'acheter en ligne.

Les technologies attendues par les consommateurs afin de relever ce défi :

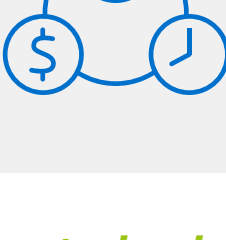


Un **quart** des consommateurs aimeraient disposer de **cabines d'essayages virtuelles** permettant d'essayer les vêtements.



1 sur 10 aimerait que les miroirs des cabines d'essayage puissent prendre leur tenue **en photo**.

5) RECONNAISSANCE DE LEUR VALEUR INDIVIDUELLE



1 consommateur sur 5 aimerait recevoir des offres **marketing personnalisées**.

43 % voudraient recevoir des avantages ou des remises récompensant leur **fidélité en tant que client**.

Les technologies attendues par les consommateurs afin de relever ce défi :



3 consommateurs sur 10 aimeraient recevoir des offres sur leur smartphone, choisies en fonction de leurs récents achats.

QUELLES SONT LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EUROPÉENS VIS-À-VIS DE VOS ESPACES COMMERCIAUX ?

Pour découvrir à quoi ressemblerait l'expérience client idéale pour les consommateurs – ainsi que les technologies qu'ils souhaiteraient le plus utiliser – téléchargez le dernier rapport de ShopperTrak :

RESTRUCTURATION DU COMMERCE DE DÉTAIL, PARTIE 2 : QUEL AVENIR POUR LE COMMERCE TRADITIONNEL ?



Découvrez comment le comportement client impacte votre performance grâce à la suite analytique ShopperTrak.

Munie de ces renseignements puissants, votre entreprise pourra identifier les zones d'opportunité et prendre des décisions éclairées, capables d'impacter le revenu de manière positive et d'optimiser les opérations en magasin.

Source : données originales de ShopperTrak