

La transition digitale du E-commerce dans L'Expérience client

La crise sanitaire est devenue un véritable catalyseur de changements dans les comportements des individus.

Quelles sont les innovations et nouvelles pratiques qui ont poussé le E-commerce à donner la priorité à la transformation digitale ?

Se réinventer

La crise de la **covid** 19 a été un **accélérateur** de la **transformation digitale**. En effet cette crise sanitaire a **impacté les entreprises** qui n'ont eu d'autres choix que de **se réinventer** en mettant en place des **innovations** telles que :

- click and collect
- live shopping
- achat en ligne avec conseil vendeur en visio

"Les entreprises ont accéléré de 3 à 4 ans la digitalisation de leurs interactions clients"



Le messaging

Ce **nouvel outil de messagerie instantanée** offre une **relation one-to-one** créant une vraie proximité interpersonnelle **entre leur marque et leur client**.

Parmi ces applications :

- WhatsApp
- Facebook Messenger
- Twitter
- Snapchat

Utilisé en support publicitaire, le **messaging** est un réel allié contre la frustration client lors de l'attente.

L'IA conversationnelle

L'**IA conversationnelle** est prête à entrer dans le domaine de **l'expérience client**. Elle représente un **outil** qui **améliore** la **connaissance des consommateurs** en proposant des **produits et services parfaitement adaptés** à leurs **attentes**.

Voici quelques outils :

- le chatbot
- le commerce vocal
- la reconnaissance d'images
- la réalité augmentée



Rapidité et de la fluidité

L'une des **principales frustrations** est le temps d'**attente** sur une page. La **vitesse de chargement influence** pour 70% des consommateurs, **le désir d'acheter**.

Si une page est trop lente, elle peut faire perdre jusqu'à 20% de taux de conversion.

L'amélioration de **l'expérience client passe** également par **l'optimisation du site** à tous ses niveaux d'utilisation.

En quelques chiffres

64 % des **consommateurs** **pensent** que **l'expérience client** est plus **importante** que le prix.

40 % des **utilisateurs** **ne se soucient pas** de savoir s'ils ont été **accompagnés** par un **robot** ou un **humain**.
= L'effet « waouh »

80 % des **entreprises** **pensent offrir** une **relation client** de **qualité**, les clients eux-mêmes ne sont pas plus de 8% à le penser

90 % des **consommateurs** ont déjà **quitté un site e-commerce** qui ne se **chargeait pas rapidement**.



eleonore-cogne



@eleonore-cogne



DIGITAL MARKETING & BUSINESS
MBA Spécialisé
#InsideDigitalRevolution
#mbadmb

E|F|A|P
L'école des nouveaux métiers
de la communication

EN PARTENARIAT AVEC



Sources : Neomag - Codeur.com