

Baromètre de l'e-commerce suisse 2015

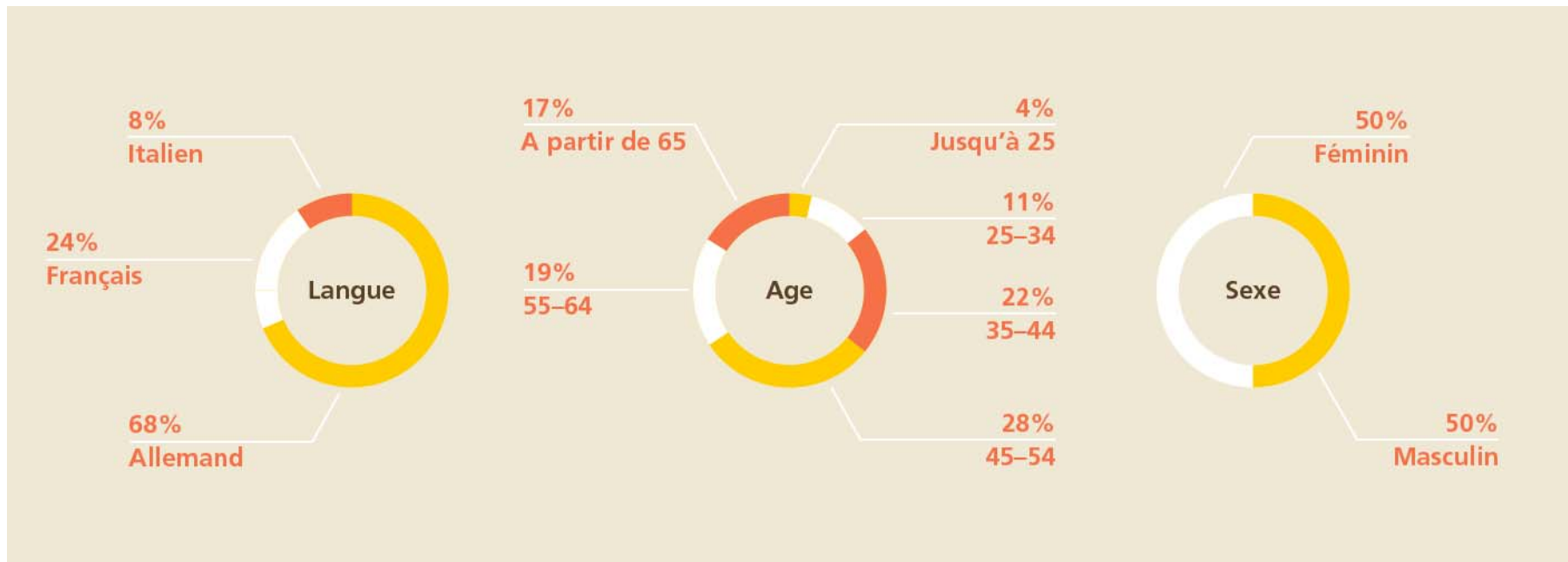
Une étude B2C de la Haute école de gestion de Zurich (HWZ) et de la Poste

Quelle est l'ambiance et le comportement dans l'e-commerce suisse?

C'est la question à laquelle répond l'étude B2C de la Haute école de gestion de Zurich (HWZ) réalisée en collaboration avec la Poste.

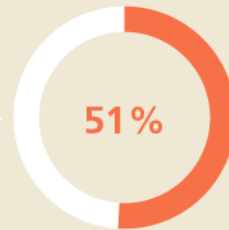
Les données ont été relevées en septembre/octobre 2015 dans le cadre d'un sondage en ligne quantitatif. Plus de 15 000 personnes issues de toutes les régions linguistiques de Suisse ont participé à cette étude.

Structure de l'échantillonnage

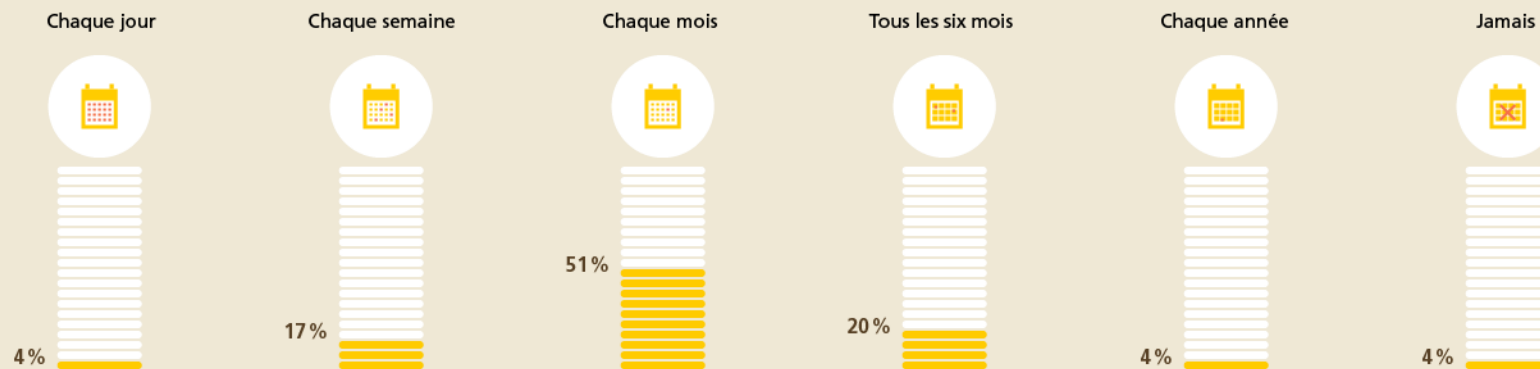


A quelle fréquence achetez-vous sur Internet?

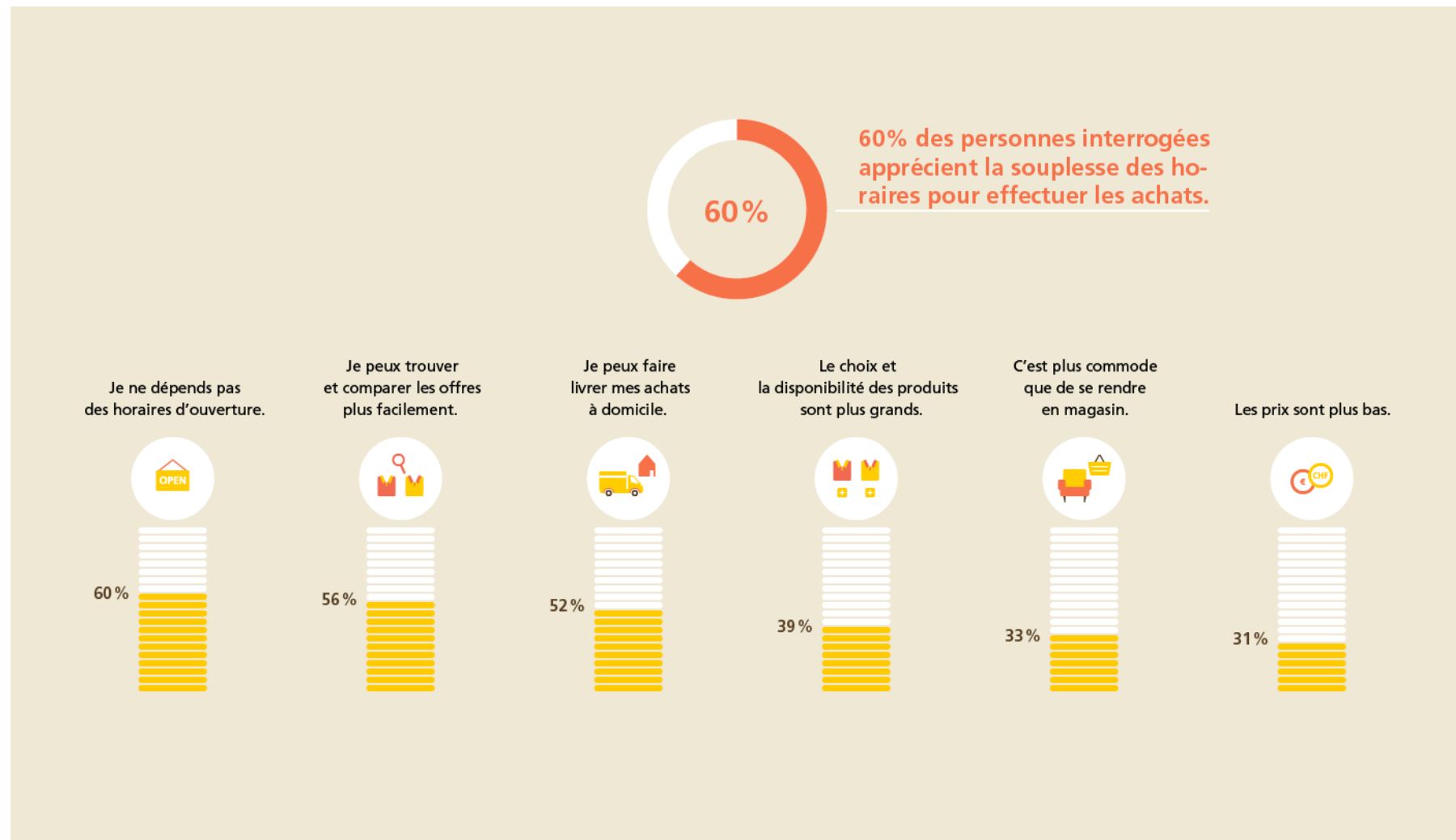
Environ la moitié des personnes interrogées effectuent des achats mensuels sur Internet.



L'étude a également montré que les plus jeunes achetaient plus fréquemment sur Internet que les plus âgés (à partir de 65 ans).

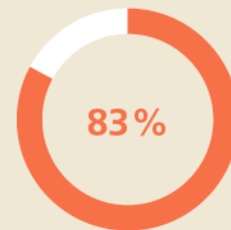
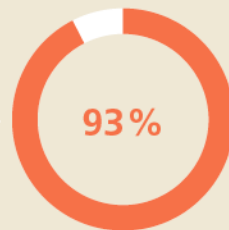


Pourquoi achetez-vous sur Internet?



Dans quelle mesure les critères suivants sont-ils importants pour vous lors d'un achat en ligne?

Les critères comme «Procédure de paiement appropriée» (93%)...



... et «Certification de la boutique» (83%) sont importants pour les personnes interrogées.

Procédure de paiement appropriée



Certification de la boutique



Service à la clientèle

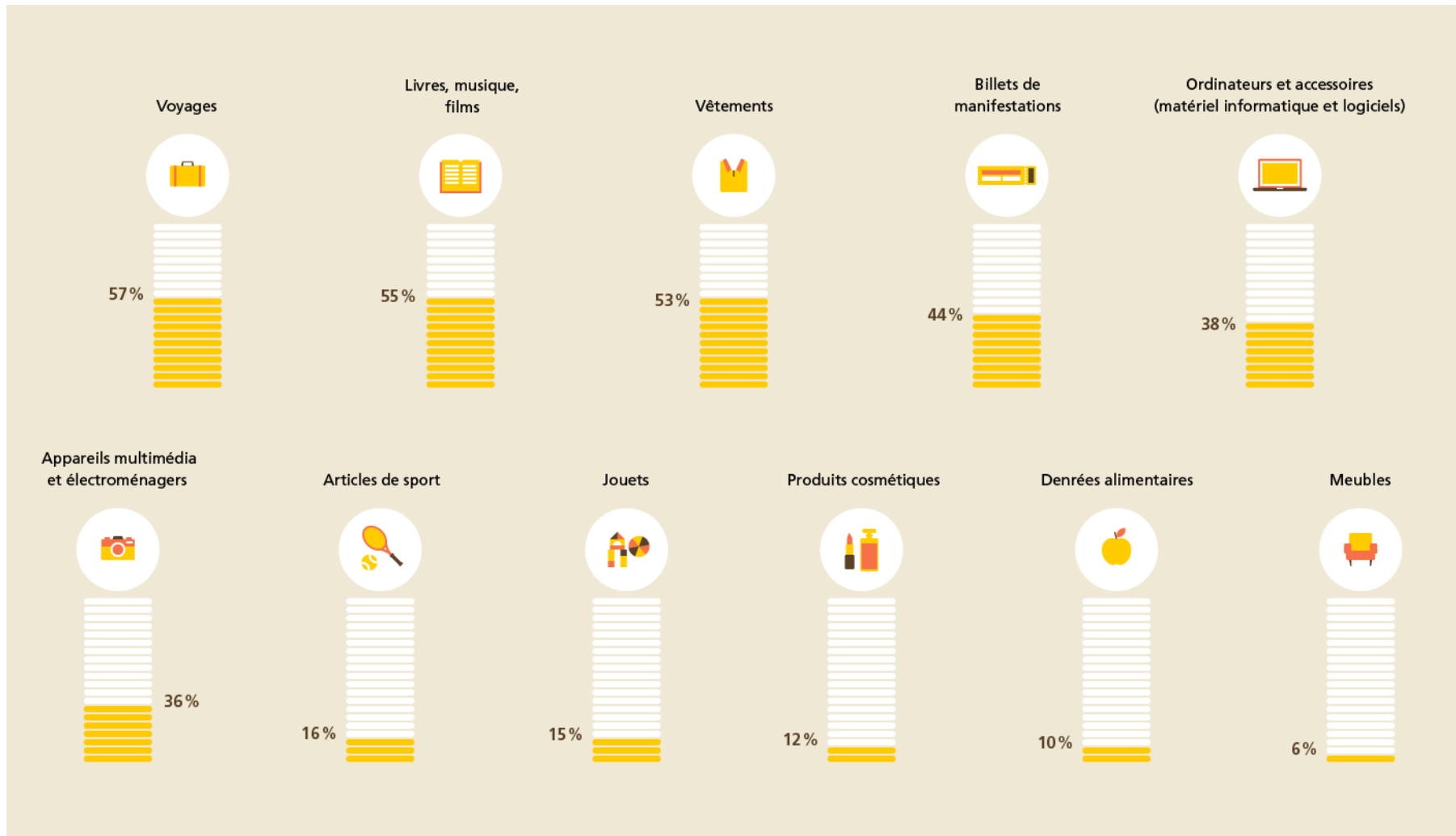


Retours gratuits



Quels produits achetez-vous majoritairement en ligne?

Les voyages (57%) ainsi que les livres, la musique et les films (55%) l'emportent largement



Quels produits achetez-vous majoritairement en ligne?

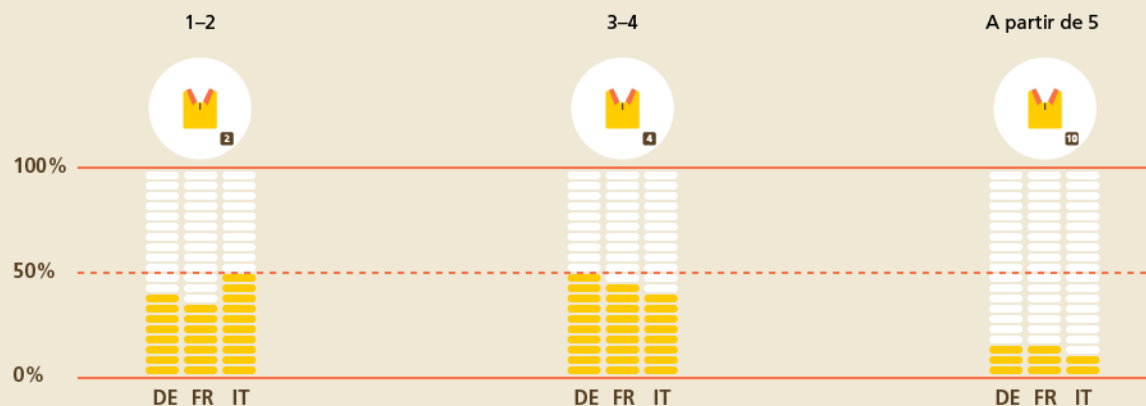
Par région, âge et sexe



Combien de vêtements commandez-vous par achat en ligne?

Par région

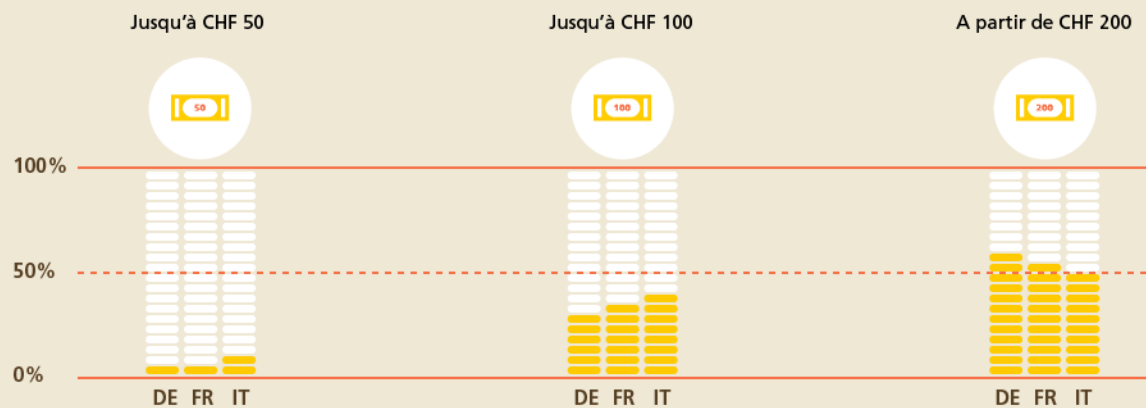
Les personnes interrogées de langue italienne commandent moins d'effets vestimentaires par achat en ligne que les germanophones et les francophones.



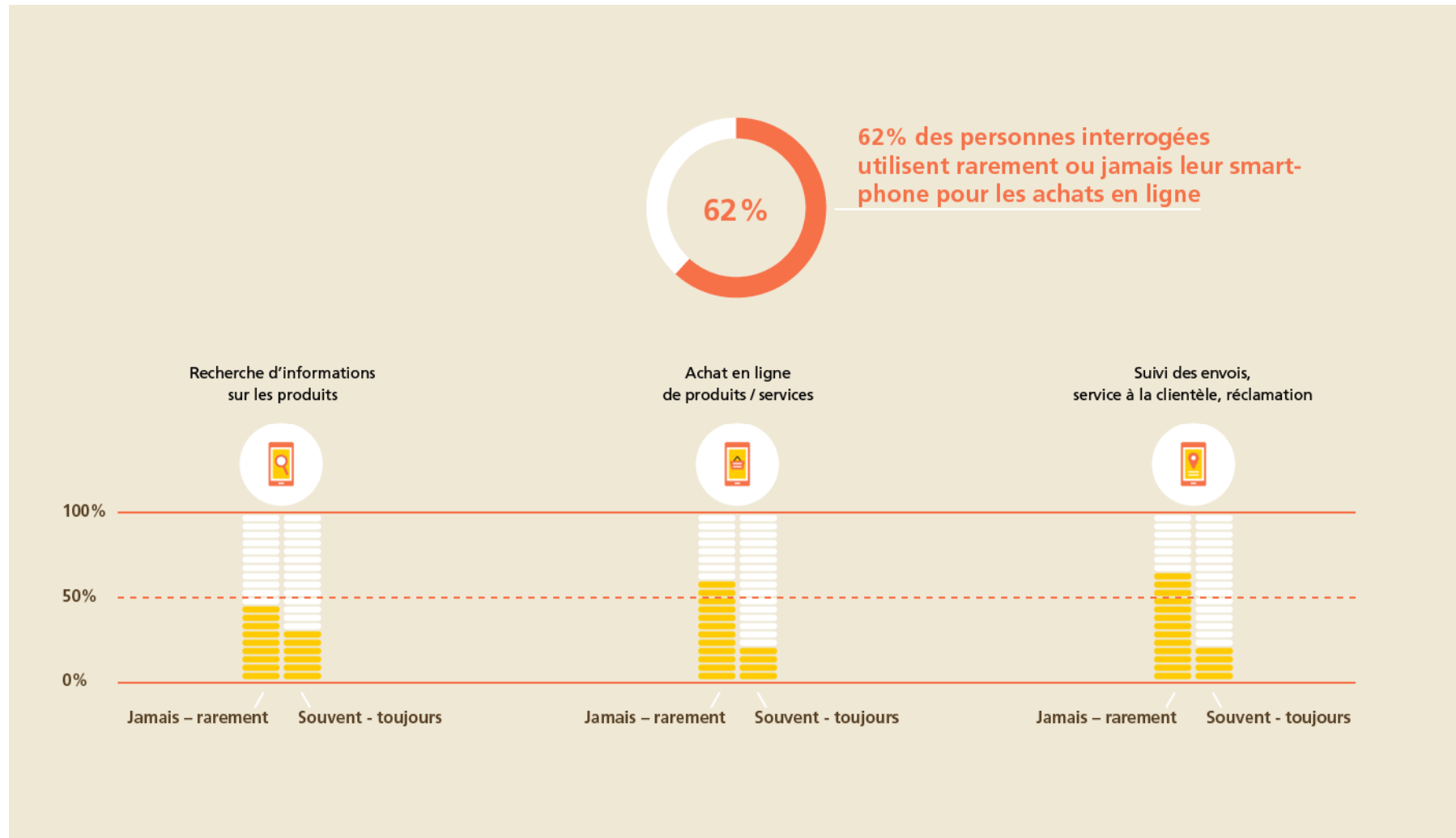
Combien dépensez-vous en moyenne pour l'achat d'articles vestimentaires?

Par région

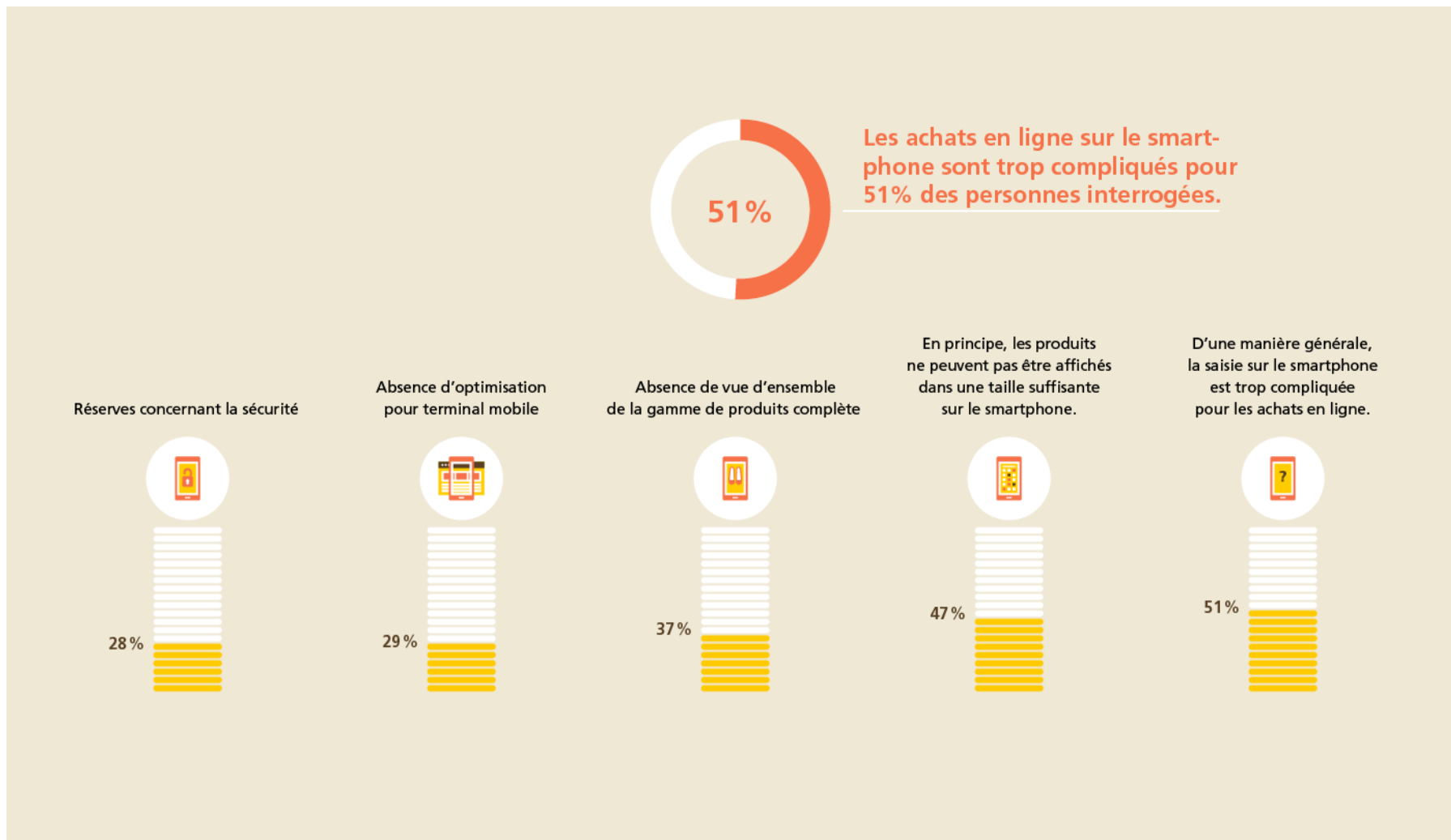
Par ailleurs, les personnes interrogées de langue italienne dépensent moins pour les achats.



A quelle fréquence utilisez-vous votre smartphone pour...?



... et si non, pourquoi?

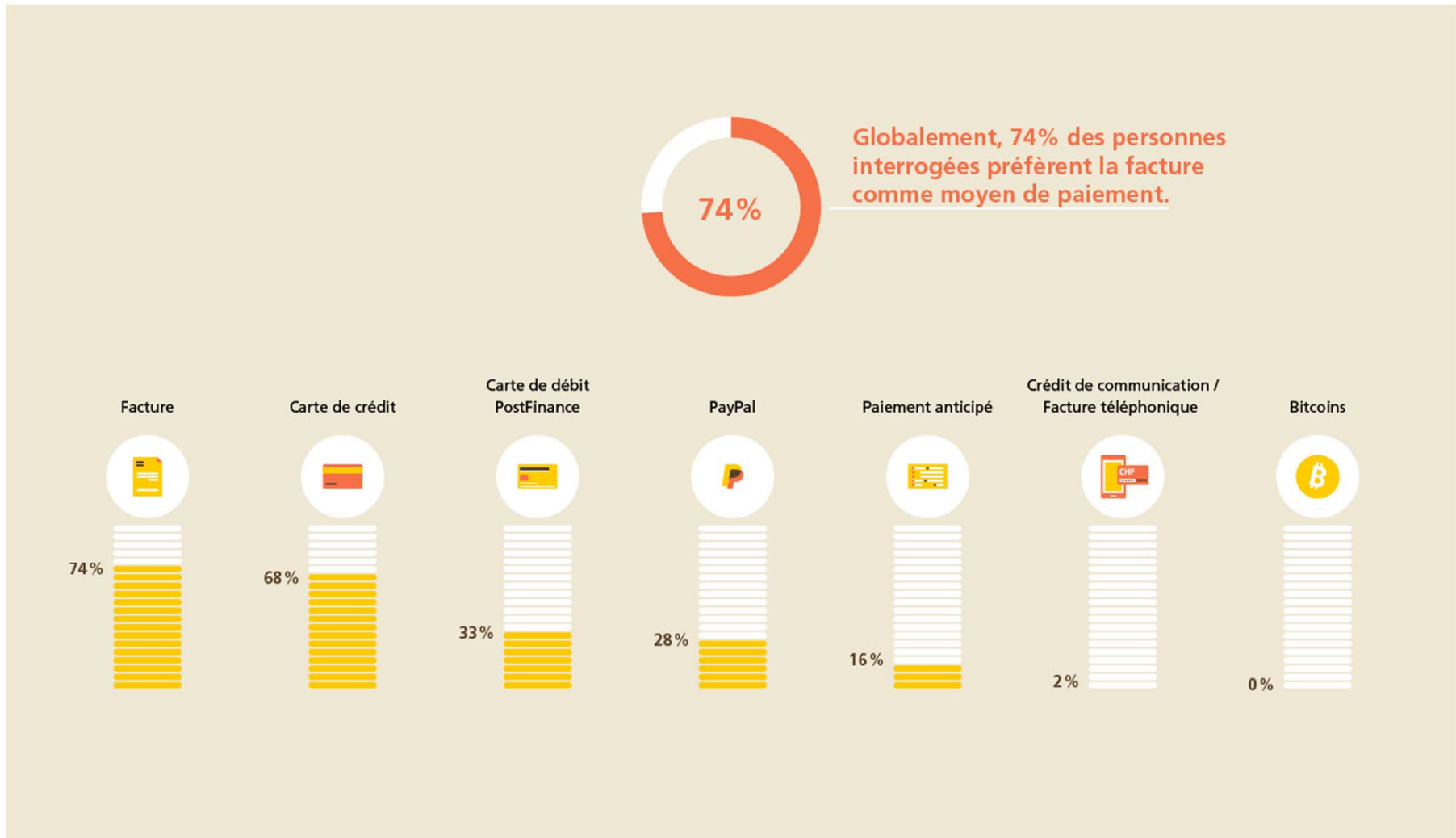


Avez-vous déjà annulé une commande?

Si oui, pour quelle raison?

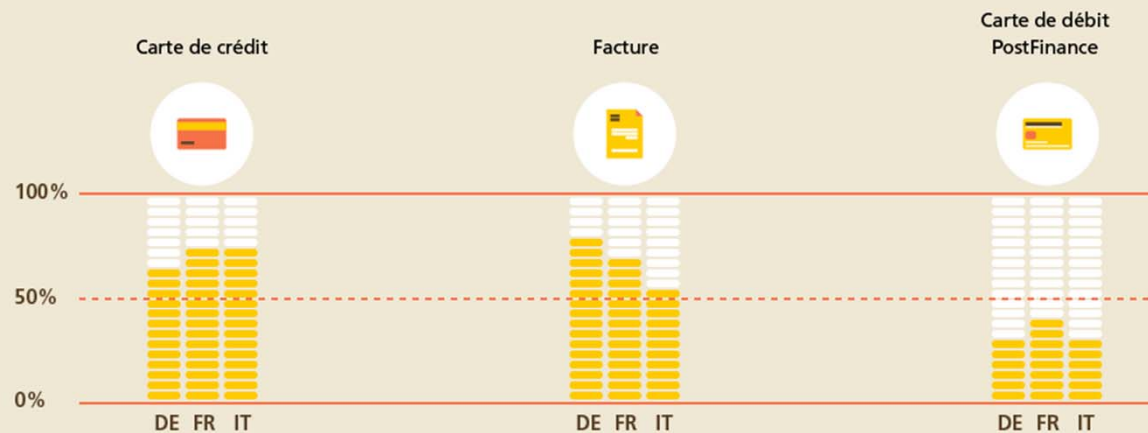


Quelles modalités de paiement préférez-vous?



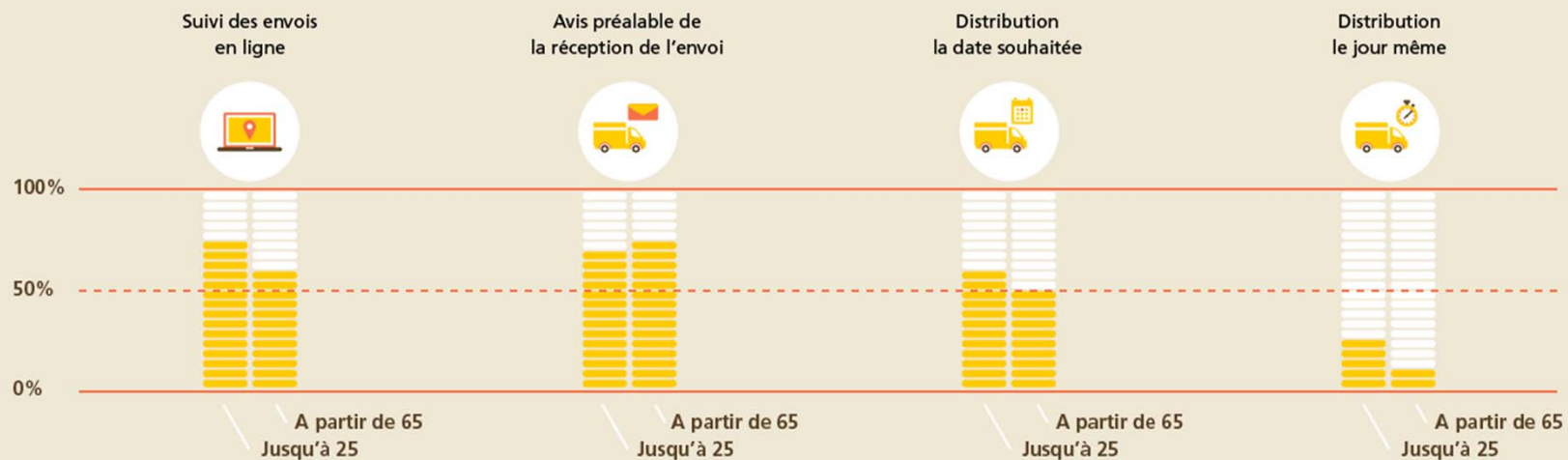
Quelles sont les modalités de paiement préférées en fonction des régions linguistiques?

Pour les personnes interrogées de langue allemande, la facture est plus importante que pour les francophones et les italophones qui préfèrent la carte de crédit.



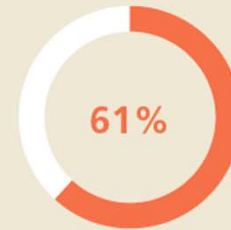
Dans quelle mesure les options suivantes sont-elles importantes?

Les plus jeunes misent davantage sur la «Distribution le jour même» et souhaitent pouvoir suivre l'envoi.

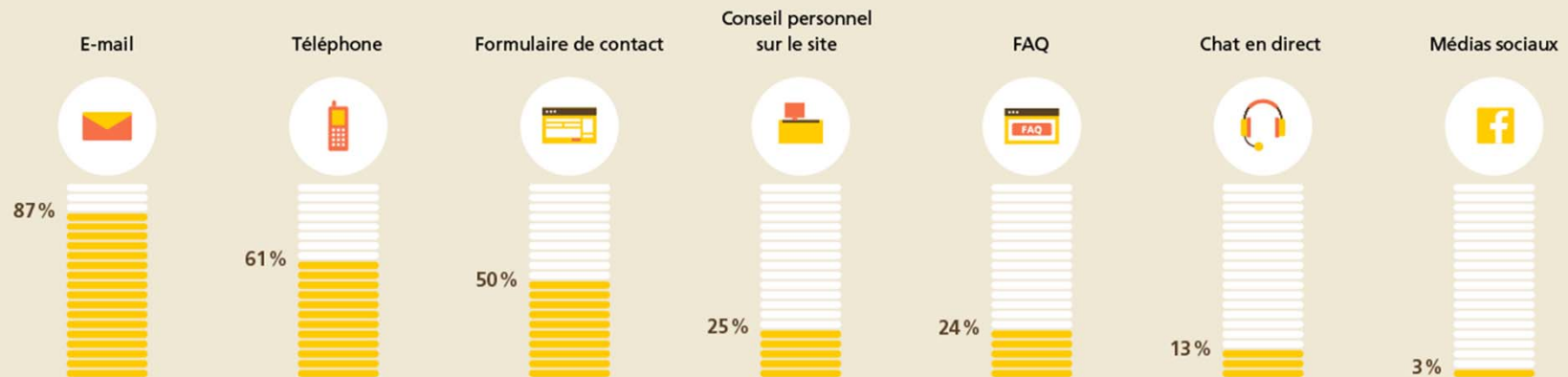


Quelles formes de service à la clientèle sont importantes pour vous?

Concernant la gestion de la clientèle, les personnes interrogées préfèrent les «e-mails» (87%)...

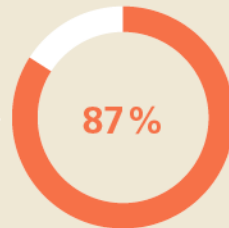


... et le «téléphone» (61%).



Dans quelle mesure les aspects suivants relatifs à l'emballage de la marchandise commandée sont-ils importants pour vous?

L'emballage pour le retour revêt une grande importance pour 87% des personnes interrogées



Seuls 12% attachent une importance à la présentation attrayante de l'emballage.

Possibilité de retour avec le même emballage



Adaptation de l'emballage à la taille de la marchandise



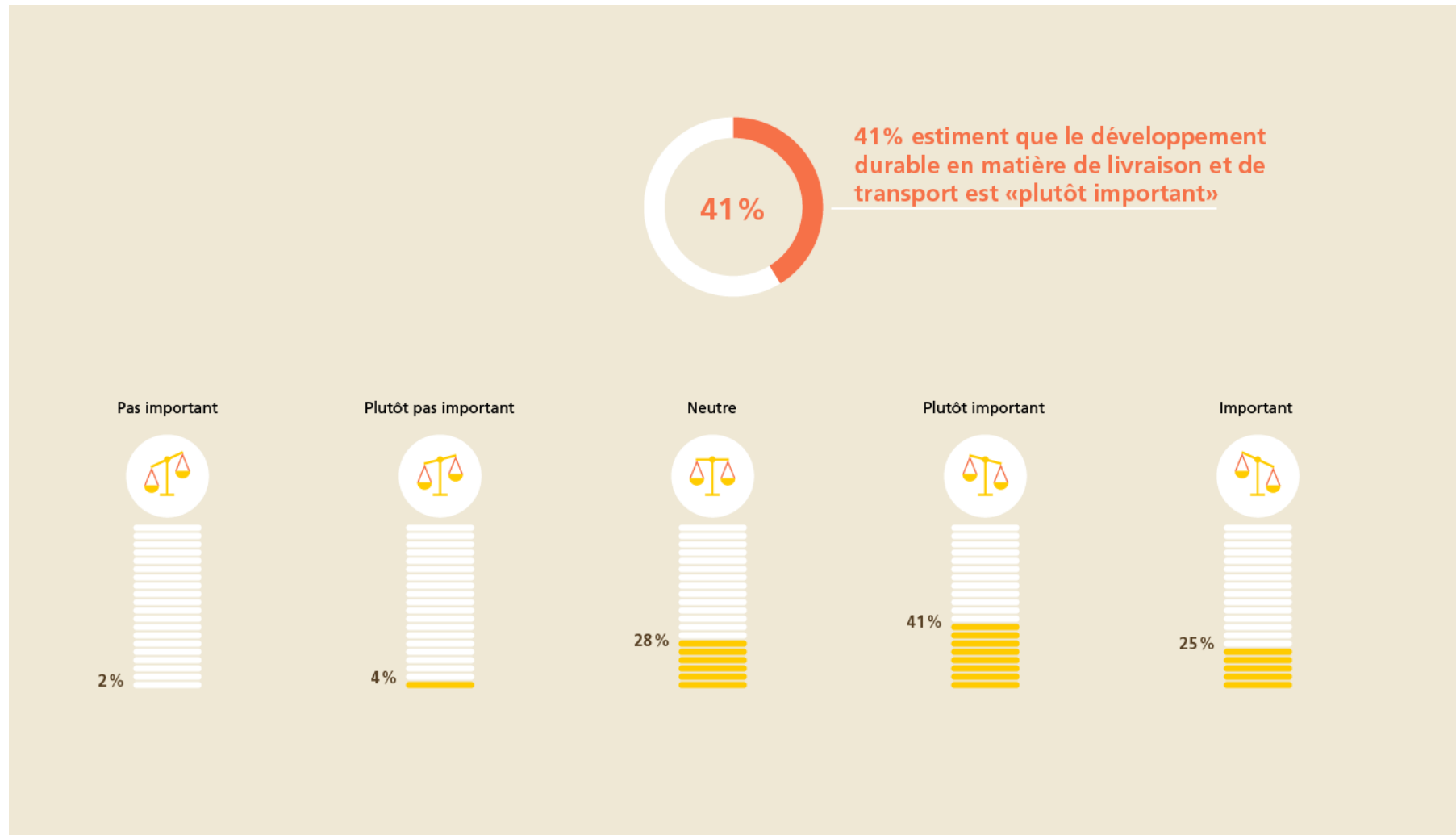
Refus de matériel d'emballage superflu



Présentation attrayante de l'emballage



A quel point le développement durable est-il important en matière de livraison?



Forme de l'étude

L'objectif de la présente étude était d'appréhender et d'analyser l'ambiance et le comportement des clients du marché électronique suisse. La recherche s'est fondée sur une étude empirique quantitative au titre de laquelle l'ambiance et le comportement des clients du commerce électronique suisse étaient appréhendés par le biais d'un sondage de grande ampleur basé sur un questionnaire en ligne.

Le questionnaire comportait 20 questions fermées et s'articulait selon les thèmes de la commercialisation, de la commande, du paiement, de la logistique et de la gestion de la clientèle, conformément à la chaîne de création de valeur et de processus dans l'e-commerce. Les questions relatives à la commercialisation portaient essentiellement sur la fréquence des achats en ligne, sur les motifs et les avantages du shopping en ligne, sur les catégories de produits préférentiellement achetées sur Internet ainsi que sur l'utilisation du smartphone pour le shopping en ligne. Au niveau de la thématique «Commande», les questions portaient sur le volume moyen d'un achat en ligne (nombre et valeur des articles) par catégorie de produits ainsi que sur les motifs de possibles annulations de commandes. Concernant le paiement et la logistique, l'accent était mis sur les modalités de paiement et de livraison préférées. La section consacrée à la gestion de la clientèle examinait les formes de contact et les informations qu'un service clients devait mettre à disposition. Le sexe, l'âge et la langue des participants à l'étude ont été relevés à titre de variables démographiques.

Forme de l'étude

Le sondage a été effectué durant la période du 22 septembre au 4 octobre 2015. Pour des raisons d'économie ainsi que pour atteindre le plus grand nombre possible de participants potentiels à l'étude susceptibles de fournir des renseignements sur les champs thématiques sélectionnés, le questionnaire a été communiqué et diffusé via la newsletter pour la clientèle privée de Poste CH SA. En conséquence, tout client e-commerce potentiel qui avait reçu le lien vers le sondage par le biais de la newsletter ou par une autre voie (p. ex. par transmission) pouvait faire partie de l'échantillon analysé. Afin d'inciter à la participation, deux iPads d'Apple ont été tirés au sort parmi toutes les personnes interrogées qui avaient indiqué leurs données de contact dans le cadre du sondage. A l'issue du sondage, les données de contact et les réponses fournies dans le questionnaire ont été séparées afin d'empêcher toute identification des personnes interrogées.

Le sondage a rassemblé un échantillon global de 18 353 participants. Le taux de conclusion s'est établi à environ 83% et le temps moyen de traitement à environ 10 minutes (moyenne arithmétique) ou 8,25 minutes (médiane). Les données ont finalement été corrigées pour ne pas tenir compte des participations avortées ainsi que des temps de traitement très courts (moins de 2 minutes), pour garantir l'uniformité et la qualité des données. A l'issue de la correction précitée, l'échantillon comportait en fin de compte 15 001 participants.

Partenaire

Poste CH SA

La Poste est un prestataire de services complets d'e-commerce pour les entreprises de vente en ligne et les clients finaux. Partenaire du Center for Digital Business de la HWZ, elle soutient activement la mutation qui s'opère dans l'activité numérique ainsi que la transmission et le développement des connaissances.

Plus d'informations sur:
www.poste.ch/ecommerce

Partenaire

Le **Center for Digital Business** de la HWZ est l'interlocuteur compétent pour tout ce qui a trait à la connaissance du numérique orientée vers l'application. Il poursuit des recherches, propose des filières d'études, soutient les PME avec des services de conseil et de projet et met gratuitement à disposition sa connaissance du numérique. Le centre est dirigé par Manuel P. Nappo, «Digital Pioneer of the Year» 2013.

Plus d'informations sur:

www.fh-hwz.ch/cdb

La **Haute école de gestion de Zurich (HWZ)** est membre de la Haute école spécialisée de Zurich (ZFH). Avec environ 2200 étudiants et quelque 500 enseignants, la HWZ est la plus grande Haute école de formation en cours d'emploi dans le domaine de l'économie suisse. Elle propose une offre très étendue de filières de formation en cours d'emploi de niveaux bachelor et master ainsi que la possibilité de préparer un doctorat.

Plus d'informations sur:

www.fh-hwz.ch

www.facebook.com/fhhwz

ou www.twitter.com/fhhwz

Contact

Poste CH SA
PostLogistics, E-Commerce
Wankdorfallee 4
3030 Berne

e-commerce@poste.ch
www.poste.ch/e-commerce

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Center for Digital Business
Lagerstrasse 5
8021 Zurich

manuel.nappo@fh-hwz.ch
www.fh-hwz.ch

LA POSTE 

Dynamique jaune.