

État du eCommerce 2023

Que pensent les entreprises et les consommateurs des sites de commerce électronique?



Introduction

Presque toutes les entreprises (**92%**) estiment qu'une mauvaise expérience utilisateur sur leur site web résulte en une perte de revenus, **30%** d'entre elles affirment que la perte estimée dépasse **100,000\$** par an. Par ailleurs, **60%** des consommateurs ne vont pas au bout de leurs achats en moyenne 5 fois par an à cause d'une mauvaise expérience utilisateur sur le site web.

Storyblok a entrepris d'analyser ce que les entreprises et les consommateurs pensent des sites de eCommerce.

Principaux objectifs:

- Déterminer l'impact d'une mauvaise expérience utilisateur
- Comprendre les critères et les leviers d'engagement des utilisateurs avec les sites de eCommerce.
- Déterminer les mesures que les entreprises peuvent prendre pour améliorer leurs sites et leurs revenus.



Données démographiques



Storyblok a réalisé un sondage avec **6000** consommateurs à travers le Royaume-Uni, les États-Unis et l'Allemagne pour en savoir plus sur leurs habitudes d'achat en ligne.



En parallèle, **500** dirigeants d'entreprises de taille moyenne [spécialisées dans le eCommerce](#), aux États-Unis et en Europe, ont été interrogés sur les performances de leur site web afin de comparer leur expérience à celle des consommateurs.

Données Clés

48% des entreprises sont gênées par la qualité de leur site web alors qu'elles dépensent en moyenne 453,126\$ en outils marketing

Les chefs d'entreprise estiment qu'une mauvaise expérience utilisateur sur un site web engendre une perte de **72,000\$** de ventes par an

60% des consommateurs abandonnent leurs achats en raison d'une mauvaise expérience utilisateur sur le site web

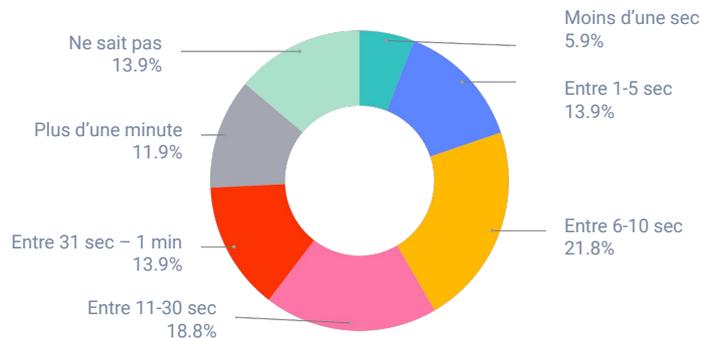
42% déclarent que la décision de rester ou quitter le site web se fait dans les 10 premières secondes - 20% dans les 5 premières secondes

Des options de paiement limitées, une navigation et un affichage médiocre ou encore un temps de chargement long sont quelques-unes des raisons pour lesquelles les consommateurs quittent un site de eCommerce.

Ce qui conditionne l'expérience d'un site web

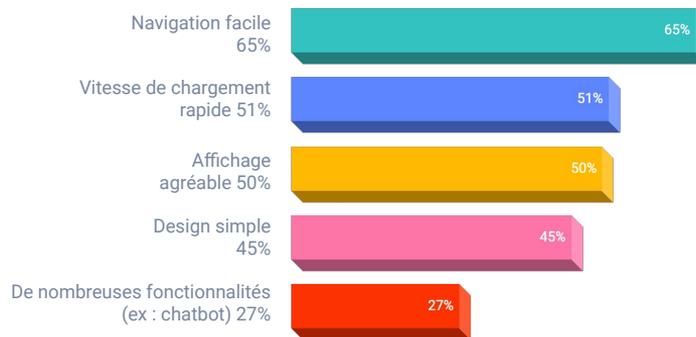
La plupart des clients décident de rester ou non sur un site de eCommerce lors des 6 à 10 premières secondes de leur première visite: les premières impressions sont cruciales !

Lorsque vous visitez un site de eCommerce pour la première fois, combien de temps vous faut-il pour décider si vous allez rester dessus ou le quitter?



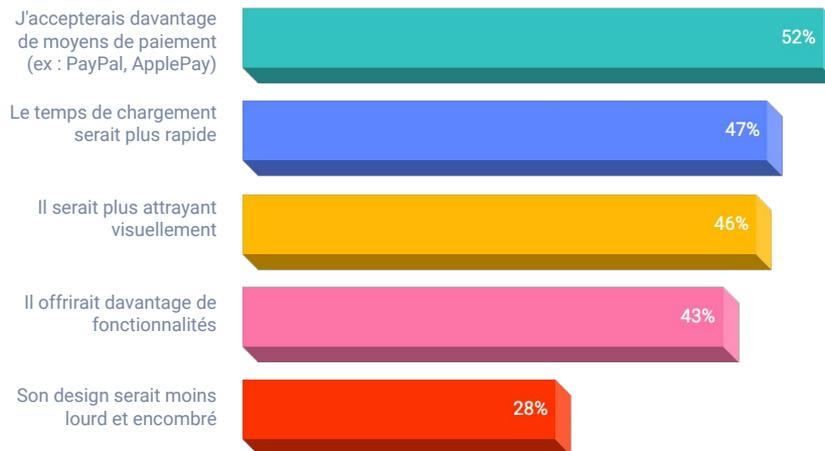
Une navigation simple, [une vitesse de chargement rapide](#) et un design attrayant sont les 3 éléments majeurs qui conditionnent l'expérience d'un site eCommerce, selon les consommateurs.

Quels sont les facteurs qui vous influencent le plus lors de l'achat d'un produit en ligne?



Ce que les entreprises souhaitent améliorer

Si vous pouviez améliorer le site web de votre entreprise, que changeriez-vous ?



Bien que la majorité des consommateurs voient une navigation simple comme un critère déterminant d'une bonne expérience utilisateur, plus de la moitié des entreprises (52 %) préféreraient que leur site web **accepte davantage de moyens de paiement**, comme moyen d'améliorer leur site. Viennent ensuite :

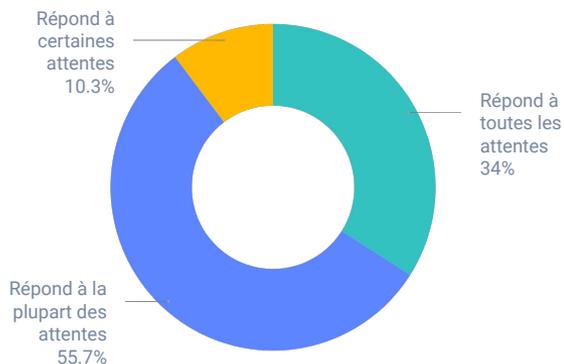
- Une vitesse de chargement accrue (47%)
- Un affichage plus attrayant (46%)

Comment les entreprises de eCommerce évaluent leurs sites web

Près de la moitié des propriétaires/gérants d'entreprises (48%) ont déclaré que la fonctionnalité de leur site eCommerce (temps de chargement lent, contenu erroné, fautes d'orthographe) avait mis leur entreprise en porte-à-faux devant des investisseurs ou clients importants.

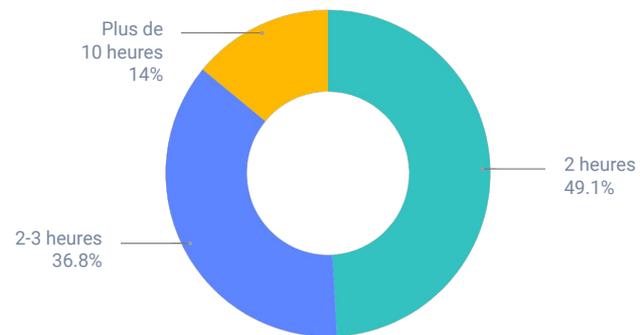
Seul un tiers (33%) des propriétaires/gérants de sites de eCommerce a déclaré que le site web **répondait à toutes les attentes**.

- 54% ont déclaré qu'il répond à **la plupart de leurs attentes**
- 10% ont déclaré qu'il répond à **certaines de leurs attentes**



En moyenne, les propriétaires/gérants de sites de eCommerce estiment que leur entreprise consacre **3,97** heures chaque semaine à des **tâches liées au site web**.

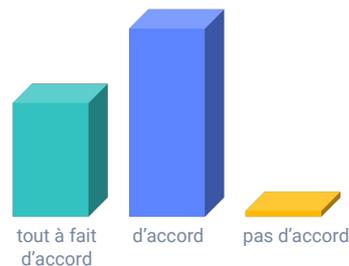
- 28% y consacrent jusqu'à 2 heures
- 21% y consacrent 2 à 3 heures
- 8% y consacrent plus de 10 heures



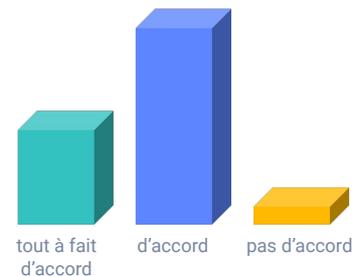
Comment les entreprises de eCommerce évaluent leurs sites web

Il a été demandé aux propriétaires/gérants d'entreprise dans quelle mesure ils étaient d'accord ou non avec les affirmations suivantes :

Les sites web sont mieux conçus/plus intuitifs par rapport à ces dernières années



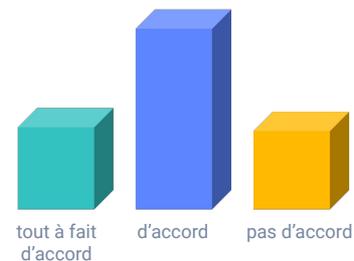
Les sites web chargent généralement plus rapidement aujourd'hui qu'il y a quelques années



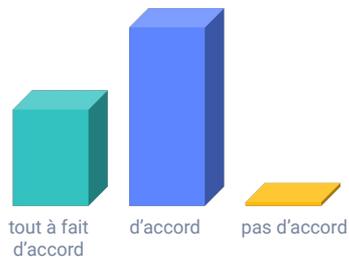
Les fonctionnalités d'affichage telles que les carrousels d'images et les vidéos améliorent l'expérience client



Les chatbots améliorent l'expérience client



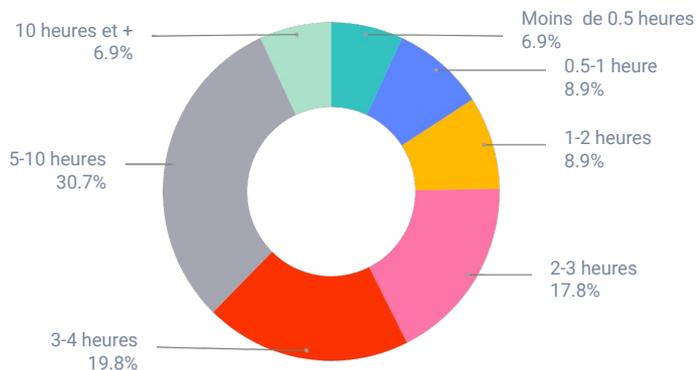
Les sites web ont aujourd'hui trop de fonctionnalités



Le coût réel de la maintenance des sites web

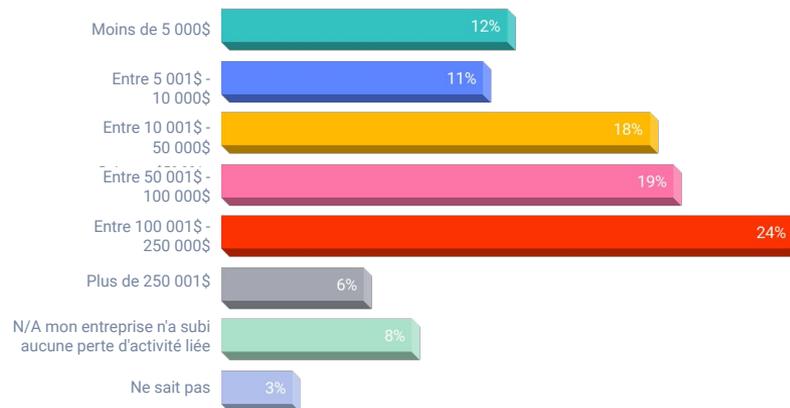
La correction d'erreurs et la maintenance des sites web font perdre en moyenne 4 heures par semaine, 8 % des entreprises y consacrant plus de 10 heures par semaine.

Selon vous, combien de temps votre entreprise consacre-t-elle chaque semaine aux tâches liées au site web (correction d'erreurs/bugs, maintenance, expériences omnicanales, etc.)?



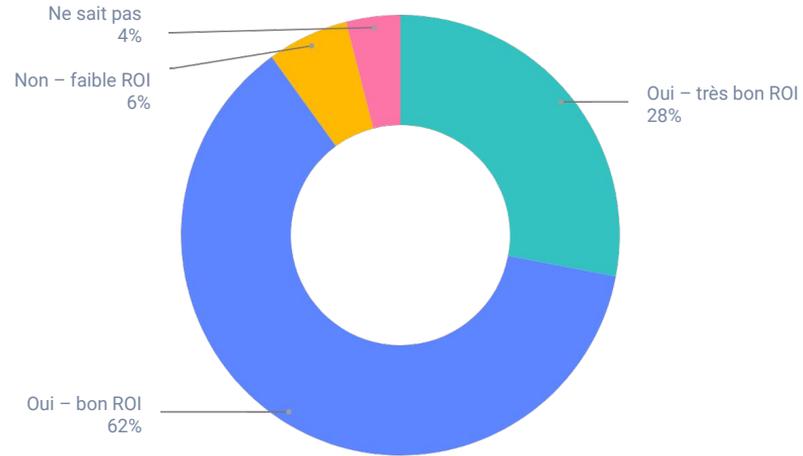
Les chefs d'entreprise estiment qu'une mauvaise expérience utilisateur sur un site web engendre une perte de 72,000\$ de ventes par an.

À votre avis, combien d'argent votre entreprise perd-elle par an à cause de la mauvaise performance de son site web ?



Influence des Martech sur le ROI du eCommerce

Pensez-vous avoir obtenu un bon retour sur vos investissements dans les technologies de l'information et de la communication ?



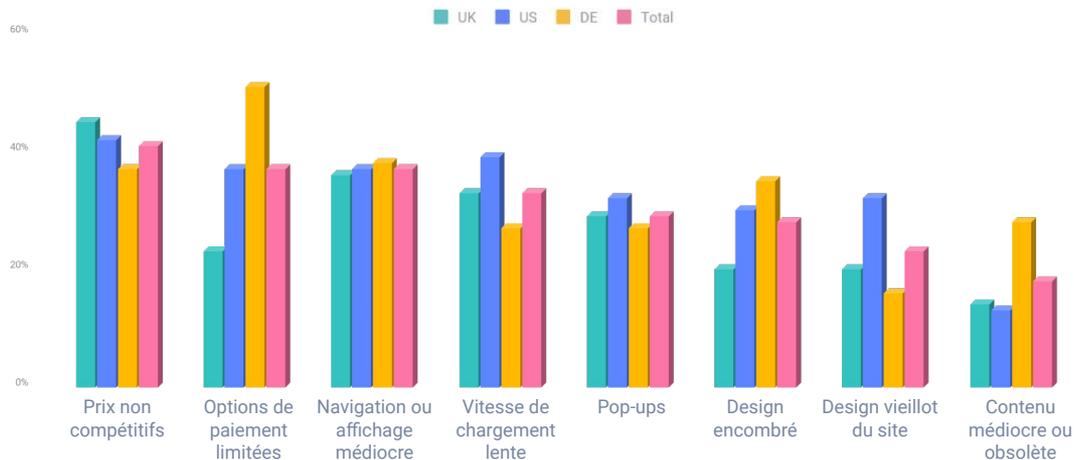
Plus de trois personnes sur cinq (62 %) ont déclaré avoir perçu **un bon retour sur investissement** dans le domaine des Martech (technologies, logiciels et plateformes de marketing). Viennent ensuite :

- 28% perçoivent un très bon ROI
- 6% perçoivent un faible ROI

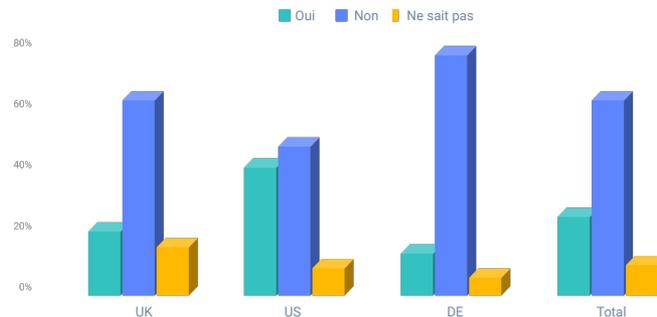
Pourquoi les consommateurs abandonnent leurs achats

Dans l'ensemble, 60% des acheteurs en ligne ont déclaré avoir abandonné un achat à cause d'un site web mal conçu/dysfonctionnel. S'ils peuvent malgré tout acheter sur des sites web mal conçus, ils seront gênés de l'avouer, ce qui est particulièrement vrai pour le public américain.

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous évitez d'acheter des produits sur un site web ?



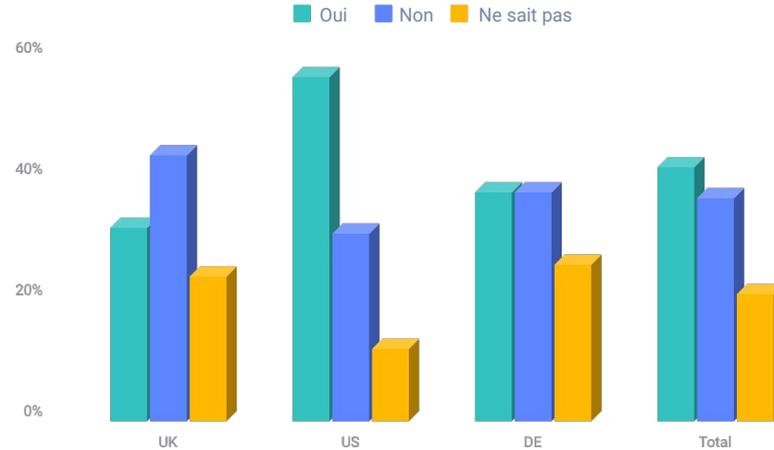
Avez-vous déjà acheté sur le site d'une marque, mais la mauvaise qualité du site vous à trop embarrassé.e pour en parler?



Ce que les consommateurs pensent de la réalité virtuelle et augmentée

La majorité des consommateurs modernes s'attendent à ce que la VR et la AR simplifient leur expérience d'achat, en particulier aux États-Unis. Les consommateurs britanniques, en revanche, ne sont ni familiers ou enthousiastes à son sujet.

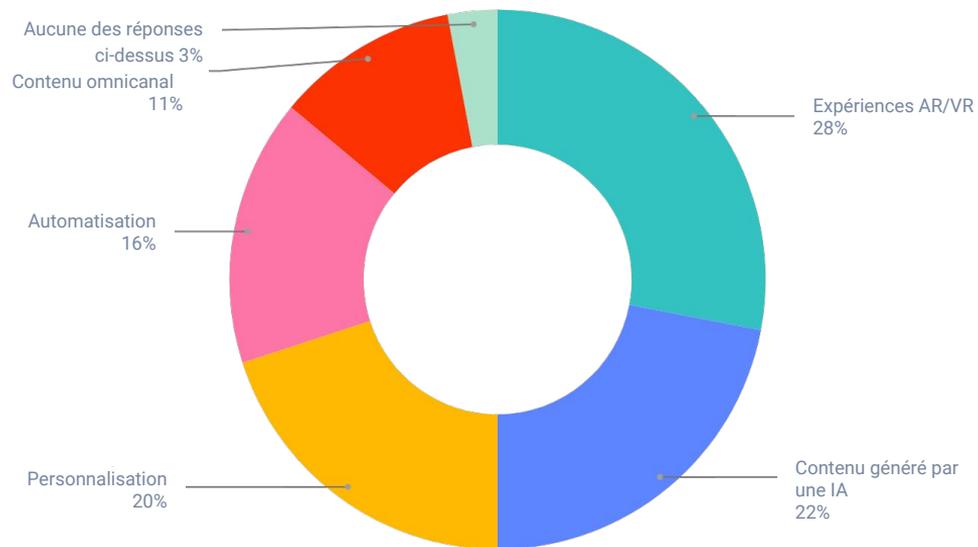
Une expérience d'achat en réalité mixte (réalité virtuelle (VR), réalité augmentée (AR)) vous inciterait-elle à acheter?



La réalité virtuelle (VR) est une simulation qui utilise le pose tracking et des écrans 3D proches des yeux pour donner à l'utilisateur une sensation d'immersion dans un monde virtuel. La réalité augmentée (AR) est une expérience interactive qui associe des éléments du monde réel au contenu généré par ordinateur.

Les futures tendances dans le domaine des Martech

Lorsqu'ils pensent à la prochaine grande tendance dans le domaine des Martech, les chefs/gérants d'entreprise citent les éléments suivants:



Conclusion

Les chefs d'entreprise estiment qu'une mauvaise expérience utilisateur sur un site web engendre une perte de **72,000\$** en termes de ventes par an.

- La raison principale est que **60%** des acheteurs abandonnent les achats à cause d'un affichage ou d'une navigation médiocre. En parallèle, **51%** des consommateurs désignent la performance comme l'un des critères cruciaux d'une bonne expérience sur un site de eCommerce.

Des options de paiement limitées, une navigation ou un affichage médiocre et un temps de chargement long sont les principales raisons pour lesquelles les consommateurs abandonnent un site de eCommerce.

- De nombreuses entreprises prévoient toutefois d'élargir leurs options de paiement.

Un temps de chargement rapide, une navigation et un affichage simples sont les critères principaux donnés par les consommateurs.

- À l'inverse, trop de fonctionnalités, comme les chatbots, peuvent distraire les utilisateurs.

L'adoption d'un CMS headless est un moyen sûr d'améliorer l'expérience utilisateur, ainsi que le ROI des [boutiques en ligne](#).



Votre CMS Headless

storyblok.com

Tabakfabrik
Peter-Behrens-Platz 2
Linz 4020
Austria

Northcliffe House
Young Street
London W8 5tt
United Kingdom

Av. Embaixador
Abelardo Bueno 600 - Barra da Tijuca
Rio de Janeiro, RJ, 22775-040
Brazil

Regus Millerntorplatz 1
Aufzug A., 6. Stock
Hamburg 20359
Germany