

LES CONSOMMATEURS REPRENENT LA MAIN SUR LEURS INTERACTIONS AVEC LES MARQUES

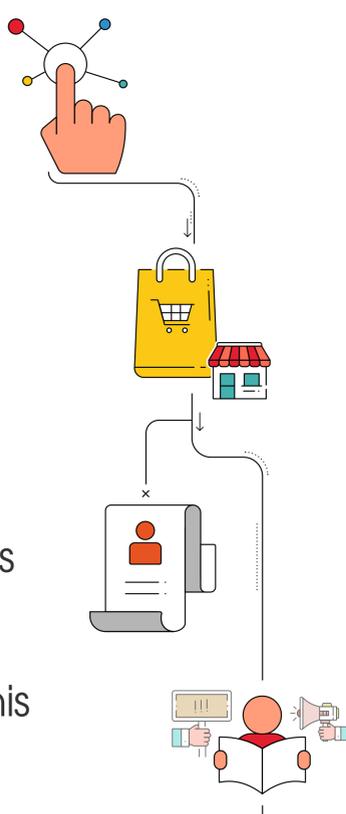
Les vertus de la RGPD

67% des Français interagissent avec les marques

28% plébiscitent le click & collect

23% demandent à être supprimés des fichiers clients

21% se sentent moins envahis par les marques



Les chatbots plébiscités

Pour interagir avec les marques, les Français utilisent :



email

13%

-5 points



sms

36%

-14 points



chatbot

29%

+11 points



Assistant vocal

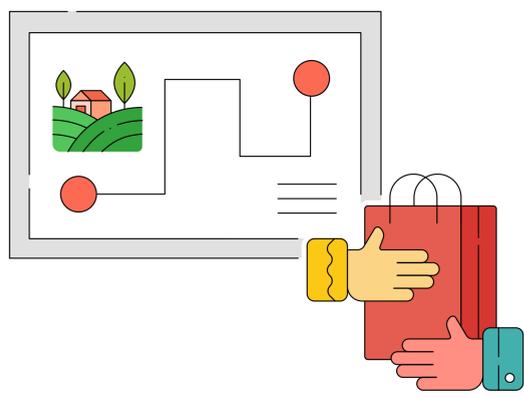
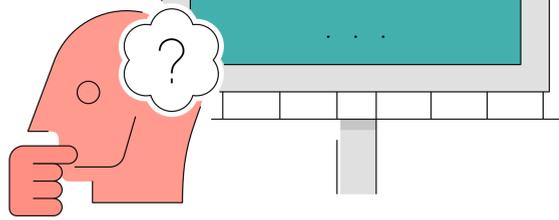
17%

-6 points

Une expérience d'achat hétérogène

80%

des Français ne retiennent pas les messages des marques

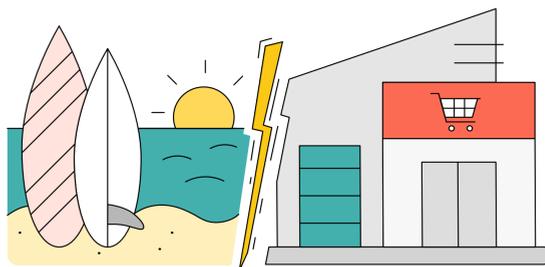


59%

pensent pourtant que c'est une part de l'expérience d'achat

57%

ressentent des incohérences entre les discours de marque et l'expérience en magasin



Les goûts, les couleurs, un enjeu capital

Via :



Les communautés de consommateurs

74%



Leur historique d'achat en ligne

61%

Méthodologie :

L'étude d'OpinionWay pour WIDE a été réalisée les 30 et 31 janvier 2019 auprès d'un échantillon de 1008 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).