LES 10 TENDANCES E-COMMERCE 2018

01 LE M-COMMERCE

La barre des 100 milliards d'euros de ventes sur mobile devrait être franchie en 2020[1] ! Présenter un site e-commerce optimisé sur mobile n'est maintenant plus un avantage concurrentiel mais une nécessité pour tous les marchands.

02 L'ACHAT PAR L'IMAGE

Pouvoir acheter un article sur une boutique en ligne à partir d'une simple photo prise avec son téléphone est le type d'expérience recherchée par la nouvelle génération. C'est d'ailleurs un levier de croissance qui séduit déjà les sites e-commerce de référence.

03 LA FLUIDITE DU PAIEMENT

L'étape du paiement devient progressivement un moyen de mieux convertir et de fidéliser : la personnalisation de la page de paiement, la reconnaissance du type de carte et le paiement en un clic sont des éléments qui font la différence.

04 LA RECHERCHE VOCALE

50% des requêtes pourraient être dites plutôt qu'écrites d'ici à 2020.[2] Cela implique qu'il faut désormais construire les mots-clés de la même façon que nous les formulons à l'oral, par exemple sous la forme de questions.

05 LA RÉALITÉ VIRTUELLE

En 2020, le chiffre d'affaires généré par les contenus de réalité virtuelle et augmentée sera d'environ 143 milliards de dollars dans le monde.[3] Pouvoir tester virtuellement un produit est l'un des exemples d'exploitation de cette technologie en e-commerce.

06 LA PERSONNALISATION

Personnaliser l'expérience d'achat des clients est le meilleur moyen de se différencier. L'offre, les canaux de communication, les options de livraison ou encore le paiement, tous les moyens sont bons !

07 LE SOCIAL SELLING

25% des Français aimeraient pouvoir acheter directement via les réseaux sociaux.[4] Les boutiques en ligne qui s'adapteront à ce nouveau comportement auront indéniablement la préférence des internautes.

08 LES CHATBOTS

D'ici 2020, 40% des interactions mobiles auront lieu entre humains et robots.[5] En e-commerce, les chatbots apportent une vraie valeur ajoutée, en facilitant notamment la gestion du service client pour les marchands.

09 LE WEB TO STORE

Les acheteurs font des recherches en ligne avant d'acheter en magasin, ce qui augmente le trafic web. Pour améliorer vos chances de les convaincre, misez sur le référencement naturel et la mise en avant de vos promotions.

10 LES MICRO-MOMENTS

Ce sont les instants pendant lesquels nous consultons notre mobile pour trouver rapidement une réponse, une adresse ou un produit. Proposer un site rapide et fluide prend ici tout son sens pour satisfaire des clients potentiels.

1. Fevad 2017 2. ComScore 2016 3. IDC 2017 4. Shopper Observer Havas Paris / Paris Retail Week 2017 5. Gartner 2016

www.payplug.com