

DIX

TENDANCES

e-commerce

2019



2

Le social selling, l'e-commerce nouvelle génération

Les réseaux sociaux leaders (Facebook, Instagram, Snapchat...) ont vérifié ces dernières années l'engouement des utilisateurs pour l'achat de produits directement sur leurs plateformes : aujourd'hui, 1 Français sur 4 aimerait pouvoir réaliser ses achats en ligne directement sur les réseaux sociaux ! Après une phase de tests (bouton "acheter" Instagram, "marketplace" Facebook...), cette année marquera enfin l'avènement du social selling, avec le déploiement à plus grande échelle de ces fonctionnalités.

1/4 des Français aimeraient pouvoir réaliser leurs achats sur les réseaux sociaux²



4

L'e-commerce, plus attractif que jamais pour les entrepreneurs

25% des Français seraient prêts à quitter leur emploi pour lancer une boutique en ligne. Une réelle opportunité que les SaaS (software as a service) exploitent de plus en plus, afin de simplifier encore l'accès à l'e-commerce. Résultat : 2019 verra l'augmentation de services dédiés aux e-commerçants dans tous les domaines : comptabilité, gestion des livraisons, analyse et stockage des données... et c'est pour le mieux !

25% des Français seraient prêts à quitter leur emploi pour lancer une boutique en ligne⁴

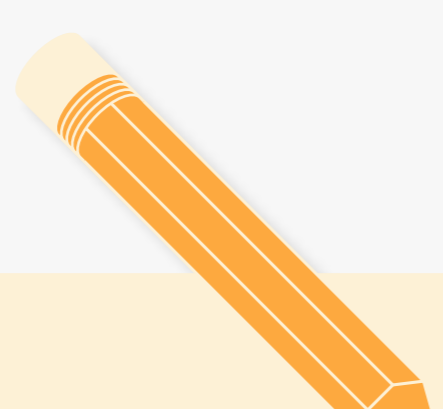


6

Le renforcement de la protection des données personnelles

En 2018, la mise en application du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) a eu notamment l'effet suivant : augmenter le niveau d'exigence des internautes quant au traitement de leurs données personnelles. En 2019, l'ensemble des acteurs de l'e-commerce devront poursuivre leurs efforts pour respecter le RGPD et réfléchir encore plus intelligemment en amont sur les implications des animations commerciales et actions marketing.

2018 Mise en application du Règlement Général sur la Protection des Données



8

Le web-design fait place à l'asymétrie

Pour permettre à un site e-commerce de se démarquer en 2019, l'heure est au minimalisme et à l'asymétrie des formes. Cela donne instantanément plus de personnalité à un marqueur et incite à mieux hiérarchiser les contenus. Un travail sur la structure de la typographie, plus précisément des titres en caractères gras et des sous-menus plus fins, garantit une boutique en ligne moderne et attractive.

93% des acheteurs en ligne estiment que l'esthétisme d'un site est central dans la décision d'achat⁷



10

L'omnicanal, le nouvel eldorado des TPE et PME

Mettre en place une stratégie omnicanale consiste à vendre simultanément des produits ou services sur une boutique physique, un site e-commerce et via les réseaux sociaux. Une opportunité qui porte ses fruits car aujourd'hui, les acheteurs multicanaux dépensent en moyenne 3 fois plus que ceux ayant utilisé un unique canal. En 2019, ce sera enfin accessible aux TPE et PME via le développement d'outils plus simples d'utilisation !

X3 pour les dépenses des acheteurs multicanaux face à ceux qui utilisent un unique canal¹⁰



1

L'e-commerce éthique

La FEVAD compte aujourd'hui plus de 182 000 sites marchands actifs en France, soit 9 000 de plus qu'à fin 2017 ! Pour se différencier, l'e-commerce devient plus engagé : les boutiques s'attachent à offrir des solutions à des enjeux de société comme la protection de l'environnement, font le choix d'une production plus éthique ou encore 100 % Made in France. Le storytelling sera le moyen le plus efficace de mettre en avant cet engagement.

+9000 sites marchands entre 2017 et 2018¹

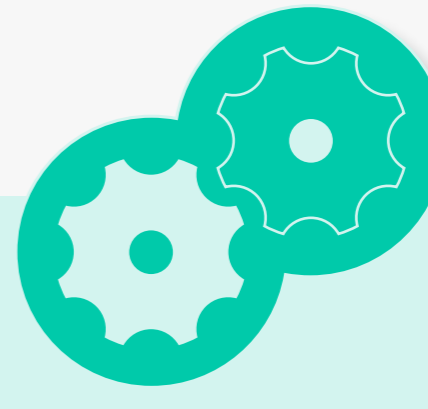


3

Le paiement, toujours plus sécurisé pour une confiance renforcée

La Directive Européenne sur les Services de Paiement 2^{ème} version (ou DSP2) est entrée en vigueur en janvier 2018. Elle vise notamment à améliorer encore la protection des consommateurs contre la fraude. 2019 verra l'implémentation des normes techniques définies plus tôt au sein des banques et des services de paiement. L'application de cette réglementation renforcera nécessairement le besoin de sécuriser les paiements au maximum, en s'appuyant sur les toutes dernières technologies.

85% des achats e-commerce sont payés par carte bancaire (en valeur)³

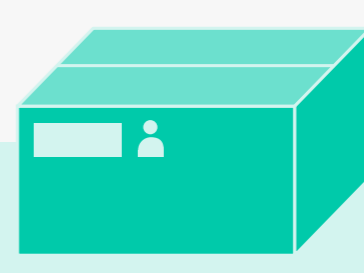


5

Le SXO est le nouveau SEO

En réponse à l'augmentation permanente du nombre de sites e-commerce, la clé pour mieux référencer une boutique devient la qualité des contenus, leur hiérarchie et la fluidité de la navigation. C'est ce qu'on appelle le SXO, le Search Experience Optimization. Il va en effet au-delà du SEO (Search Engine Optimization) qui vise à améliorer les éléments textuels d'un site. En 2019, l'expérience client devra donc être le pilier de toutes les décisions e-commerce.

40% des visites d'une boutique en ligne proviennent de la recherche organique⁵

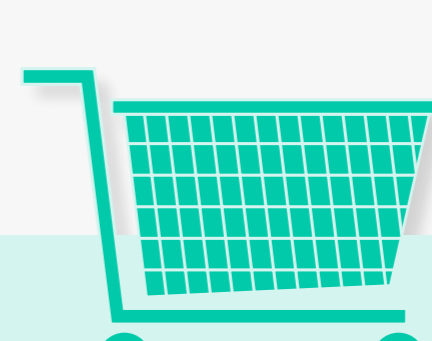


7

La personnalisation de la livraison

Les internautes souhaitent non seulement recevoir leurs produits rapidement, en bon état et à faible coût, mais aussi au moment de leur choix : aujourd'hui, 85% des internautes préfèrent la livraison sur rendez-vous. Résultat ? Les leaders de l'e-commerce redoublent d'ingéniosité dans ce sens. Par exemple, Cdiscount a été récompensé lors de la Nuit des Favori 2019 pour son système de livraison "on demand." Place à encore plus d'innovations cette année !

85% des internautes préfèrent la livraison sur rendez-vous⁶



9

La grande consommation à la conquête de l'e-commerce

Portés par le succès du drive (plus de 90 % des grands hypermarchés proposent désormais le drive)⁸, les Français ont progressivement adopté l'habitude d'acheter leurs produits de grande consommation en ligne. Aujourd'hui, la France est en tête du classement européen : plus de 6 % des achats de grande consommation sont réalisés en ligne. L'institut Nielsen estime que d'ici 2025, 70 % des consommateurs dans le monde achèteront des produits alimentaires et des boissons sur le web.

6% des achats de grande consommation sont réalisés en ligne⁹

Infographie réalisée par PayPlug

PayPlug est une solution de paiement en ligne qui accompagne les TPE et PME de l'e-commerce dans leur développement.

www.payplug.com

1. Fevad 2018
2. Shopper Observer 2017
3. Fevad 2017
4. Yougov & PayPlug 2018
5. SEM Rush 2017
6. Ifop 2018
7. Ecoreuil 2016
8. Nielsen 2018
9. Nielsen 2018
10. Smart Insights 2016