

Édition 2018



Un observatoire exclusif pour benchmarker :

**9**

### Secteurs clés de la distribution

Beauté, Bricolage & Jardinage, Grands magasins, Jouet & Puériculture, Maison, Mode, Optique, Produits techniques, Sport

**242**

### Enseignes leaders de la distribution en France

La liste complète des enseignes analysées est disponible sur notre site

**27**

### Dispositifs digitaux

passés au crible (click & collect, e-réservation, stock locator, prise de rendez-vous en ligne, avis clients, live chat, liste de favoris...)



LES OBSERVATOIRES  
DES ECHOS ETUDES

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR



# Le benchmark le plus complet des services en ligne déployés par les enseignes de la distribution

## ÉDITO

### LES SERVICES EN LIGNE SE SOPHISTIQUENT POUR TOUJOURS PLUS D'EXPERIENCE CLIENT

#### Les stratégies online des enseignes physiques s'affinent face à un parcours d'achat omnicanal

Aujourd'hui, le parcours d'achat est devenu omnicanal, destiné à un consommateur mobile et connecté en permanence. Quel que soit le secteur du retail, le parcours d'achat inclut désormais le web. Dans ce contexte, la plupart des enseignes du retail ont largement investi dans les stratégies web-to-store. L'heure est désormais à l'affinement de leurs stratégies en ligne avec le déploiement d'une panoplie de services. Et ce afin de proposer une expérience client unifiée et toujours plus riche.

Bien sûr, tous les secteurs n'évoluent pas au même rythme. De même, au sein d'un secteur, des disparités existent avec des enseignes plus en avance que d'autres. Mais, face à ces nouvelles pratiques de consommation digitalisées en perpétuelle mutation et très vite adoptées, les enseignes physiques n'ont d'autre choix que d'évoluer rapidement dans leur stratégie online... quel que soit le secteur.

#### L'observatoire 2018 révèle un enrichissement des services en ligne

Certains services sont désormais incontournables et basiques. Le store locator est ainsi devenu un must have. A l'inverse, d'autres, comme la prise de rendez-vous en ligne, sont encore confidentiels et spécifiques à certains secteurs. L'utilisation du web pour développer le trafic en magasin grâce à des services tels que la e-reservation, le stock locator, le click & collect, est devenue une nécessité. Par exemple, l'analyse de notre panel de 242 sites d'enseignes révèle que la e-reservation est désormais proposée par 61% des enseignes de mode, tandis que le stock locator est proposé par 83% des enseignes de bricolage et 85% des enseignes de produits techniques (informatique, hi-fi, électroménager).

De même, les enseignes travaillent la navigation et le contenu enrichi de leur site e-commerce, pour mieux répondre aux attentes du consommateur. Ainsi 75% des enseignes de beauté communiquent les avis clients sur leurs produits, de même que 83% des enseignes présentes sur le marché du jouet et de la puériculture.

Notre observatoire qui porte sur 9 univers clés du retail, 242 enseignes leaders et 27 dispositifs digitaux établit un panorama détaillé des pratiques en ligne des enseignes et répond aux questions suivantes :

- > Quels sont les services digitaux mis en place par les enseignes en 2018 ?
- > Quels sont les secteurs et les enseignes leaders en termes de stratégies en ligne ?
- > Quels sont les services clés à mettre en place selon les marchés ciblés ?
- > Quels sont les services émergents ?

### L'OBSERVATOIRE WEB TO STORE

Un observatoire exclusif et complet réalisé par le pôle distribution des Echos Etudes sur les pratiques du retail en ligne (services web-to-store et autres fonctionnalités) basé sur un panel représentatif : 242 enseignes leaders de 9 univers clés du retail en France, 27 dispositifs digitaux

- > Découvrez les palmarès des enseignes et des secteurs en fonction de leurs pratiques web-to-store
- > Comparez vos pratiques à celles de vos concurrents et à celles des secteurs les plus innovants
- > Bénéficiez de retours d'expérience : 20 business cases sur des enseignes ayant mis en place des dispositifs digitaux innovants
- > Anticipez les pratiques incontournables de demain pour optimiser votre stratégie en ligne et enrichir l'expérience client

# SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

## 01 Méthodologie et périmètre de l'étude

## 02 Synthèse et enseignements clés de l'étude

## 03 Comportement d'achat et e-commerce en 2018

Les données clés du e-commerce en 2018

Poids du e-commerce selon les marchés

Le consommateur en 2018 : les comportements d'achat en ligne

## 04 Bilan sur les stratégies online mises en place par les enseignes physiques et les secteurs clés du retail

Evolution des pratiques digitales entre 2017 et 2018

Palmarès des enseignes et des secteurs en fonction de leurs pratiques en ligne

Les services en ligne qui se développent

Les nouveaux services émergents

Les services en ligne en retrait ou en déclin

## 05 Panorama détaillé des services en ligne proposés par les enseignes en 2018

### Les outils web-to-store :

Store locator, e-réservation, stock locator, livraison en magasin, click & collect, prise de rendez-vous en ligne

### Le contenu et l'aide à la décision d'achat :

Liste de favoris, avis consommateurs, questions-réponses, live chat avec d'autres consommateurs, live chat avec le service client

### Les outils promotionnels :

Cartes cadeaux digitales, programmes de fidélité en ligne

### Les modes de livraison et de retrait (choix, coûts, délais proposés) :

Livraison à domicile, livraison en point relais, livraison en magasin, click & collect

### Les services sur les applications mobiles

### Les services sur les réseaux sociaux

### Les services en ligne spécifiques à certains secteurs :

Mise en relation avec des communautés, devis en ligne, prise de RDV en ligne, location de véhicules, location de matériel, configurateurs 3D cuisine/ salle de bain/intérieur, essai virtuel

## 06 Observatoire des pratiques en ligne des enseignes par univers et par marché

Pour chaque univers et marché : les stratégies pertinentes pour le marché, l'évolution des pratiques, la position des leaders du secteur, zoom sur des business cases, les services spécifiques, l'analyse détaillée du panel des 242 enseignes (liste disponible sur notre site : [lesechos-etudes.fr](http://lesechos-etudes.fr))

### Un dispositif méthodologique exclusif



#### ECHANTILLON

Cette étude a été réalisée à partir d'un panel de 242 sites d'enseignes leaders représentatifs de 9 secteurs clés du retail



#### PERIODE D'ANALYSE

L'analyse des sites a été effectuée entre juillet et septembre 2018



Des palmarès d'enseignes et des secteurs en fonction de leurs pratiques en ligne (services web-to-store et autres fonctionnalités)



### Tout savoir sur les dispositifs digitaux :

- le décryptage du dispositif
- les objectifs pour les enseignes
- les bénéfices consommateurs
- la maturité du dispositif (les basiques incontournables, les catégories montantes...)
- les innovations récentes et à venir
- les spécificités sectorielles
- les meilleures pratiques

### Beauté

Parfums & Cosmétiques



11 enseignes

### Bricolage & jardinage

Bricolage  
Jardinage



24 enseignes

### Enfant

Jouets & Puériculture  
Prêt-à-porter & Chaussures



23 enseignes

### Grands magasins



4 enseignes

### Maison

Décoration  
Ameublement  
Cuisine & Salle de bain  
Bazar



52 enseignes

### Mode

Vêtement généraliste/  
femme/homme  
Chaussures  
Lingerie



80 enseignes

### Optique



13 enseignes

### Produits techniques & culture



21 enseignes

### Sport



14 enseignes

## PÔLE DISTRIBUTION des Echos Etudes animé par Cécile DESCLOS

### La distribution des produits alimentaires bio en France, Juin 2018

Quelles perspectives et quelle redistribution des cartes pour les différents circuits et enseignes dans un contexte de forte croissance du marché ?

### Les stratégies digitales des marques et enseignes de beauté, Mai 2018

Les marques et enseignes de beauté se réinventent face aux nouveaux modes de consommation liés au digital

### Le marché français du e-commerce alimentaire, Avril 2018

Quelles perspectives pour les différents business models présents sur le marché ?

### Le renouveau du marché de la décoration intérieure, Mars 2018

Nouveaux entrants, refonte des concepts et digital redessinent le paysage concurrentiel

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO

Tél : 01 87 39 76 31 - Email : fflausino@lesechos.fr

## NOTRE EXPERT



### Cécile DESCLOS

Directrice du pôle  
Distribution

cdesclos@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

## COMMANDE DE L'ÉTUDE OBSERVATOIRE DU WEB-TO-STORE

### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
2 650 € HT - 2 795,75 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
3 445 € HT - 3 634,48 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
3 975 € HT - 4 193,63 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs\* : Nous contacter

### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour  
265 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : \_\_\_\_\_

\*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

### Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_ Société : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

### Facturation :

Société : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Contact : \_\_\_\_\_

### Version papier

- 2 650 € HT - 2 795,75 € TTC (TVA à 5,5%)

### Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible  
seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A026INTEI

### Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47  
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

# Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris  
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR