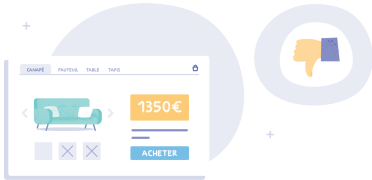


Information produit, Omnicanalité et Engagement : les 3 grandes tendances à suivre en 2022

Enquête B2C 2022 menée par 3Gem Research pour Akeneo auprès de 200 consommateurs français.

Tendance n°1 : L'information produit reste l'élément décisif dans le parcours d'achat

2 acheteurs sur **3** ont déjà abandonné un achat en raison d'un manque d'informations



65% des consommateurs pourraient acheter un produit différent de celui qu'ils envisageaient au départ faute d'informations à la hauteur



2 Français sur **3** arrêteraient d'acheter auprès d'une marque en qui ils n'ont plus confiance suite à une mauvaise expérience liée à des informations produits de mauvaise qualité



Tendance n°2 : Un parcours d'achat hybride tourné vers l'omnicanalité

73% cherchent à plusieurs endroits pour trouver plus d'informations sur les produits



Près de **70%** des utilisateurs pensent que les marques devraient faire plus pour améliorer les informations produits et les aider dans leurs décisions d'achat



9 clients sur **10** pratiquent le ROBO (Research Online, Buy Offline, c'est-à-dire rechercher les produits en ligne et finaliser l'achat en boutique)

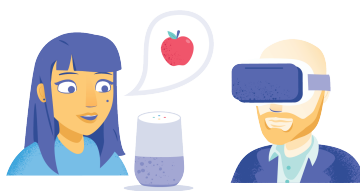


Tendance n°3 : Toujours plus d'exigences dans l'expérience client

52% ont déjà procédé à des retours en raison d'erreurs sur les informations produits



71% des consommateurs aimeraient utiliser des technologies tels que des outils de réalité virtuelle et applications mobiles pour leur parcours d'achat



Près de **7** utilisateurs sur **10** sont enclins à devenir des clients fidèles si leur expérience d'achat a été à la hauteur de leurs attentes



UN INVESTISSEMENT RENTABLE

Un Français sur deux serait prêt à payer plus pour :

- plus de précision sur les valeurs et engagements des marques dans les informations produits.
- des informations produits de très bonne qualité.
- une meilleure expérience d'achat.



À propos d'Akeneo

Akeneo, leader mondial en Product Experience Management (PXM), permet aux entreprises de multiplier leurs opportunités de croissance grâce à une expérience produit cohérente et convaincante sur tous les canaux de vente : eCommerce, marketplaces, mobile, print, points de vente, etc. Avec sa plateforme open-source, son PIM de pointe, ses modules complémentaires, ses connecteurs et sa marketplace, Akeneo PXM Studio améliore considérablement la qualité et la précision des données produits, simplifie la gestion des catalogues et accélère la diffusion des informations produits sur tous les canaux de vente et dans toutes les régions.

Des leaders internationaux, fabricants, distributeurs ou retailers, comme Accor, Remy Cointreau, Cora France, Air Liquide, Franprix, Nature & Découvertes, Fossil... font confiance aux solutions Akeneo pour adapter et personnaliser leurs stratégies de vente omnicanales et internationales. En utilisant Akeneo, les marques et retailers créent de l'expérience produit sur tous les canaux, ce qui leur permet d'optimiser l'expérience client qu'ils proposent, d'augmenter leurs ventes, de réduire leur time-to-market, de accélérer leur expansion à l'échelle mondiale, et d'améliorer la productivité de leurs équipes. Pour plus d'informations : <https://www.akeneo.com>