

La dématérialisation, un vrai levier à saisir au service de l'information produit

DECATHLON

GAME CHANGERS Ipsos

Les français, adeptes de la dématérialisation

Familiers au concept de dématérialisation



Opinion

La dématérialisation est bien vécue et acceptée par une large majorité de français.

Le bénéfice écologique et la praticité au 1^{er} plan. Des risques plus atténués en termes de confidentialité et de perte du contact humain

AVANTAGES

Exprimés auprès des **64%** de français acquis à la dématérialisation

Est un geste écologique (moins de papier, moins d'encre...)

Facilite le stockage de l'information

Permet d'y accéder à distance dans une situation de mobilité

Permet un accès instantané à l'information

Contribue à un clivage (ceux qui ont internet et les autres)

INCONVÉNIENTS

Exprimés auprès des **12%** de détracteurs

Préfère les contacts traditionnels (en face à face, téléphone...)

Trop risqué sur le plan de la confidentialité des données

Le consommateur exprime un fort besoin d'information à toutes les étapes de son parcours d'achat

% de Français qui consultent des informations

96%

Avant d'acheter

89% ont déjà consulté le magasin en ligne / le site e-commerce
86% ont déjà consulté un site d'avis de produits
40% ont déjà téléchargé une application dédiée

72%

Pendant l'achat

(sur le point de vente ou sur internet)

64% ont déjà utilisé leur smartphone pour chercher des infos sur Internet
63% se sont servis d'outils et d'aides à la vente au format digital (ordi, borne)
34% ont déjà flashé un QR code sur un produit

79%

Après l'achat

60% ont déjà vérifié si les informations étaient disponibles en dématérialisé pour se séparer de la version papier

Le recours au digital et les expériences de dématérialisation s'y invitent déjà régulièrement ou ponctuellement

DECATHLON est en bonne position sur le terrain de l'information produit



8 clients / sur 10

de l'enseigne jugent aujourd'hui avec satisfaction l'information produit disponible en magasin.

L'enseigne du secteur qui recueille la meilleure note !

Des habitudes déjà bien ancrées qui ne font que confirmer l'importance des informations en relation avec l'offre de produit

Les clients DECATHLON consultent fréquemment un certain nombre d'informations...

LES INFORMATIONS SUR LES EMBALLAGES ET PACKAGING

LES ÉTIQUETTES COUSUES

LES NOTICES D'UTILISATION ET MODES D'EMPLOI

Systématiquement au moment de l'achat

58%

39%

32%

Principalement après l'achat

18%

36%

43%

Importance accordée à l'information

Pour plus de 80% des clients, tous types de produits confondus (textile, chaussures, petit ou gros matériel)

Concernant le gros matériel spécifiquement, les clients jugent important une mise en avant de l'information via des outils et aides digitales, technologiques

DECATHLON, bien accueilli dans sa démarche de valorisation de la dématérialisation

64% des français

trouvent que la dématérialisation impulsée par Decathlon est une bonne idée

73% pour les -40 ans



SUPPORTS LES PLUS INTÉRESSANTS À DÉVELOPPER

INFORMATIONS SOUHAITÉES POUR CONSULTATION

70%

Recevoir une facture / garantie par e-mail plutôt qu'en version papier

Le guide d'utilisation du produit

54%

64%

Consulter des informations (colori, disponibilité ou utilisation du produit) via une borne, une tablette ou un smartphone

Les caractéristiques techniques du produit

51%

62%

Recevoir les informations liées au produit directement par e-mail

Les instructions liées à l'entretien du produit

50%

62%

Avoir une borne en magasin pour un accès direct aux avis consommateurs en scannant de barre

Les conditions de garanties

46%

59%

Recevoir votre ticket de caisse par e-mail plutôt que sur une note papier

Les moins de 40 ans ont un goût prononcé pour l'utilisation d'une appli depuis son smartphone (62%) et un accès à de l'information via QR code (45%)