

Onepoint dévoile les 3 enseignements clés de l'Expérience Digitale en 2023

Paris, le 9 mars 2023 - En créant l'Observatoire de l'Expérience Digitale avec Harris Interactive, onepoint a permis de révéler les perceptions et les attentes des consommateurs dans leur interactions digitales avec les marques. Dans ce cadre, plus de 3.200 consommateurs français ont été interrogés pour évaluer la qualité de l'expérience digitale de 78 entreprises, sur 6 secteurs d'activité.

Les interactions digitales avec les marques sont inscrites dans le quotidien des consommateurs : plus de 9 individus sur 10 ont recours au digital pour leurs échanges avec elles. De ce constat induit l'importance d'une expérience digitale réussie pour déclencher un acte d'achat, garantir la satisfaction et la fidélisation des consommateurs. Pour mener son étude, onepoint s'est appuyé sur un canevas méthodologique rigoureux, centré autour de 5 axes : instantanéité d'utilisation, confiance, simplicité, personnalisation et aide à la décision.

L'étude Experience Digitale 2023 de onepoint et Harris Interactive met **l'accent sur les facteurs clés de succès** de l'Expérience Digitale qui méritent toute l'attention des marques. **Aujourd'hui, onepoint, architecte des grandes transformations, dévoile 3 enseignements clés à retenir pour les entreprises :**

1^{er} enseignement : L'ÉMOTION, AVANT LA RAISON.

Au-delà des aspects fonctionnels et rationnels de l'expérience digitale, qui sont devenus des acquis, une part majoritaire des consommateurs ont des attentes d'amélioration autour des dimensions **relationnelles et émotionnelles** de leurs interactions. Une tendance marquée chez les jeunes consommateurs (18-24 ans) qui affirment ne pas être rassurés lors de leur expérience digitale avec les marques. Les cibles les plus âgées (50 ans et plus) se montrent moins exigeantes sur cet aspect avec à peine 5% d'entre elles soulignant ce manque de réassurance.

2^e enseignement : LES CLIENTS ABANDONNÉS APRÈS LEUR ACHAT.

Les consommateurs expriment un sentiment d'abandon fort dès lors que la phase transactionnelle est terminée. Gestion des demandes, réclamations : l'expérience post-achat représente l'étape la moins satisfaisante alors qu'elle est celle durant laquelle ils attendent le plus d'attention, d'empathie et d'accompagnement. Ce point est encore plus notable pour les entreprises des secteurs de la téléphonie, de la distribution alimentaire et de la distribution spécialisée.

3^e enseignement : PRÈS D'UN CLIENT SUR DEUX NE VOIT PAS D'AMÉLIORATION DANS SES INTERACTIONS DIGITALES AVEC LES MARQUES SUR LES DERNIÈRES ANNÉES.

Malgré des efforts entrepris par les entreprises pour perfectionner leur stratégie autour de l'expérience client, près de la moitié des répondants restent déçus : **43% des consommateurs interrogés n'observent pas d'amélioration et 10% d'entre eux affirment que l'expérience digitale s'est même dégradée.** Les efforts, les ressources et les moyens mis en place ont-ils été mis au bon endroit et ont-ils véritablement inclus leurs attentes ?

Patrick Qualid, Partner Digital Experience @onepoint déclare :

« Une nouvelle ère d'opportunités s'est ouverte pour les entreprises qui sauront la saisir : l'ère de l'Émotion, celle du cœur. Les piliers mécaniques et technologiques des expériences digitales ont été posés, et bien posés, par les marques depuis deux décennies. C'est aujourd'hui un nouveau monde qui se dessine, absolument exaltant, mais aux règles inédites et impliquant des transformations radicales pour embrasser les attentes déjà fortes, de leurs clients. »

Le canevas méthodologique développé par onepoint x Harris Interactive :

5 axes d'étude : Instantanéité/rapidité, simplicité, confiance, personnalisation, aide à la décision sur l'ensemble du parcours d'achat.

78 entreprises et 6 secteurs passés à la loupe : Distribution alimentaire, Distribution spécialisée, Banque, Assurance, Opérateurs Télécom, Fournisseurs d'énergie.

3 objectifs appréciés : Niveaux de satisfaction généraux, par secteur et par acteur, identification des leviers et freins, attendus de l'expérience digitale.

À propos de onepoint - <https://www.groupeonepoint.com/fr/>

Architecte des grandes transformations des entreprises et des acteurs publics, onepoint accompagne ses clients de la vision stratégique à son opérationnalisation, en s'attachant toujours à penser au-delà des évidences pour créer de nouvelles façons de travailler, de nouveaux modèles économiques et de nouveaux lieux, et construire durablement le monde de demain.

Devenu en 20 ans l'un des acteurs majeurs du conseil et de la tech, son collectif compte aujourd'hui plus de 3300 talents en France (Paris, Bordeaux, Nantes, Toulouse, Lyon, Rennes et Aix-en-Provence) et dans le monde (Canada, Tunisie, Belgique, Australie et Singapour). Son chiffre d'affaires a été multiplié par dix en 10 ans, atteignant plus de 500 millions d'euros, et ambitionne le milliard d'euros d'ici 4 ans.

Contact presse :

Camille Marsaud – 06 73 79 10 45

c.marsaud@groupeonepoint.com

The Arcane – 06 41 99 36 72

onepoint@the-arcane.com