



## LES DÉFIS DE LA VENTE EN LIGNE DE PRODUITS TECHNIQUES ET ÉLECTROMÉNAGERS

**+6,2%**

L'e-commerce des petits et gros électroménagers a augmenté de 6,2%, atteignant les 5,1 milliards d'euros.

**62%**

62% des consommateurs estiment qu'il y a trop de choix et privilégient les marques pouvant les conseiller.

**73%**

73% des consommateurs estiment que les achats en ligne sont plus risqués que le shopping hors ligne.

**15%**

La High-tech est un des secteurs les plus concernés par le black friday.



**95%**

95% des internautes souhaitent que les informations relatives à la livraison soient communiquées plus tôt. 11% abandonnent leurs paniers parce qu'ils ne comprennent pas les détails de l'expédition.



**83%**

83% des consommateurs réclament plus d'assurance sur la sécurisation de leurs informations. Près de la moitié des acheteurs ayant payé en magasin un achat click-and-collect (41%) l'ont fait pour des raisons de sécurité.



**60%**

60% des Français déclarent utiliser au moins une fois par an le paiement en trois fois sans frais et 19% au moins une fois par mois.

### Comment proposer une expérience d'achat e-commerce unique à ses clients ?

En mettant en place une stratégie conversationnelle sur votre site e-commerce, grâce à un assistant shopping, vous proposez une expérience client conversationnelle profonde et offrant des parcours de dialogues flexibles, reproduisant au maximum l'expérience offerte par un conseiller humain. Ainsi de proposer le produit adéquate en fonction du besoin du client.

Le besoin de conseil et d'accompagnement se fait également ressentir à la phase de comparaison. Le visiteur, après avoir effectué ses recherches, s'arrête sur différents modèles. Généralement très similaire et dans des gammes de prix équivalent, il a besoin de savoir lequel correspond le mieux à ses habitudes et besoins. Il souhaite alors un avis produit d'expert.