

## *Le tchat dans le e-commerce : comment les e-acheteurs le perçoivent-ils ?*

**69% des acheteurs en ligne sont favorables au développement du tchat comme mode d'assistance dans le e-commerce.**

**Outil trans-générationnel, gage de qualité, facteur de réassurance ou encore aide à la transaction ; c'est la perception qu'ont les e-acheteurs de la relation client par tchat, selon une étude menée par la société Timeliving auprès d'un access panel de 400 e-acheteurs français.**

### *Le tchat, un outil trans-générationnel.*

Selon une étude menée Timeliving et commanditée par l'éditeur de solution de «Click to Chat» iAdvize, qui équipe aujourd'hui plus de 400 sites comme fnac.com, wonderbox.fr ou encore regionjob.com ; **le tchat est un canal de relation client plébiscité par toutes les générations d'internautes.**

En effet, si plus de **71,7% des 25-34 ans sont favorables** à son développement, **73,2% des 50-64ans** et **60% des 65 ans et plus** sont eux aussi favorables au développement de cet outil.

### *Pour plus de 76% des e-acheteurs, pouvoir être assisté par tchat est un gage de qualité.*

Proposer aux visiteurs de pouvoir être assisté par **tchat est perçu par plus de 76% des e-acheteurs comme un gage de qualité** pour un site e-commerce.

Même si les visiteurs n'engagent pas forcément la discussion avec un conseiller, ils apprécient le fait que l'outil leur soit proposé et le perçoit comme étant **une valeur ajoutée pour le site proposant ce mode de contact.**

### *La relation client par tchat au service de la réassurance.*

Pouvoir être assisté par tchat rassure les visiteurs. **79% trouvent que le tchat leur procure un effet rassurant.** De la même manière qu'un vendeur dans un magasin physique, les visiteurs ne vont pas aller lui demander de l'aide dès qu'ils rentrent, mais ils seront rassurés de savoir qu'en cas de besoin quelqu'un est là pour les aider.

### *Le tchat inciterait les visiteurs à l'achat.*

## **52,8% des e-acheteurs admettent que pouvoir dialoguer avec un conseiller par tchat les inciterait à l'achat.**

Aux yeux des e-acheteurs, le tchat aurait également un impact sur la diminution des taux d'abandons. En effet, parmi les 77% d'acheteurs en ligne qui ont avoué avoir déjà abandonné une transaction lorsqu'ils étaient confrontés à une question ou un problème, ils sont plus de **80% à estimer que la disponibilité d'un conseiller en ligne leurs auraient permis de finaliser leur transaction.**

Victoire Auque, chef de projet chez fnac.com, qui utilise la solution iAdvize depuis plus de 6 mois, avoue que «**La solution iAdvize présente un ROI quasi-immédiat**» et Gilles Raison, responsable e-business de Wonderbox, déclare que «**les personnes qui dialoguent par tchat ont un taux de transformation 150% supérieur à un visiteur qui ne dialogue pas !**».

## ***Des e-commerçants en accord avec cette attente.***

Selon une étude réalisée par Benchmark Group pour CCA International et la Fevad, le tchat devrait être l'outil de relation client qui devrait le plus se développer dans les prochaines années, car **47% des e-commerçants prévoient de s'équiper.** Sentiment partagé par iAdvize, qui en tout juste un an de commercialisation, **équipe déjà plus de 400 sociétés** avec sa solution de «Click to Chat».

### ***Méthodologie de l'étude***

Enquête quantitative online (auto-administrée par les répondants) menée par la société Timeliving auprès d'un access panel de 400 e-acheteurs français et commanditée par la société iAdvize.

Le terrain d'enquête a été réalisé du 22 au 26 février 2011. Timeliving a utilisé pour cette enquête la solution d'enquête en ligne Interview !?

Les répondants ont été recrutés selon la méthode des quotas. Les quotas sont basés sur la structure de la population générale étudiée (e-acheteurs français) telle que décrite par l'Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie d'octobre/novembre 2010.

L'échantillon résultant présente une très bonne représentativité en termes de profils socio-démographiques des e-acheteurs français.

Note : Un quota de 33% a été défini pour la tranche des 50/65 pour prendre en compte la forte progression en cours de leur proportion dans la population totale des e-acheteurs. L'étude prend ainsi une vision légèrement prospective. Pour mémoire les 50/65 ans représenteront d'ici 2015 + de 50% des e-acheteurs, et représentent déjà + de 50% des achats en valeur.

La collecte et les traitements de données ont été faits dans le strict respect des règles de confidentialité et d'anonymat. Les croisements réalisés pour l'analyse des données ont été vérifiés par des tests statistiques d'usages (CHI2, Student).

### ***Pour obtenir plus d'informations***

Contactez Maxime Baumard

- par e-mail : [maxime@iadvize.com](mailto:maxime@iadvize.com)
- par téléphone : 02 53 45 00 33
- par chat : [www.iadvize.com](http://www.iadvize.com)

N'hésitez pas à venir nous rendre visite sur [www.iAdvize.com](http://www.iAdvize.com) pour nous demander une démonstration live du service.

### ***A propos d'iAdvize***

Créée en Février, la société est co-fondée par Julien Hervouët et Jonathan Gueron.

iAdvize est financé par Kima Ventures ainsi que Oleg Tschelzoff (Fotolia), David Sokol, Jean-Michel Sokol

- **Julien Hervouët - CEO**, 27 ans, est l'ancien Directeur Produit de ZLIO (350 000 boutiques)
  - CV : [fr.linkedin.com/in/jhervouet](http://fr.linkedin.com/in/jhervouet)
- **Jonathan Gueron - CTO**, 32 ans, est un autodidacte de plus de 10 ans d'expérience
  - CV : [il.linkedin.com/in/jgueron](http://il.linkedin.com/in/jgueron)