

Transformer un visiteur en acheteur sur un site marchand

Impact des variables d'atmosphère, de sécurité et de leurs interactions

Forum CIFRE – 21 mars 2006
 Stéphane DEGOR – GERME – sdegor@gmail.com
 Sous la direction de Pr. Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ – Université de Lille 2

Dans quelle mesure l'atmosphère et les éléments de sécurité d'un site marchand, ainsi que leurs interactions agissent-elles sur les réactions internes et comportementales de l'internaute ?

Approche décisionnelle VS expérience de consommation

Les enjeux : attentes des internautes

Les internautes VS Les professionnels

Facteurs de choix d'un site marchand	% "important" et "très important"	Facteurs	% de citations
Politique de frais annexes	95%	Navigation	24,1%
Utilisation des informations personnelles	93%	Contenu	22,0%
Livraison et confirmation de la commande	89%	Performance	18,0%
Politique de retour et d'annulation de la commande	88%	Design	18,0%
Coordonnées de l'entreprise	81%	Service client	5,8%
Protection des données personnelles	76%	Environnement	4,5%
<i>Source : Princeton Survey Research Associates, 2002</i>		Sécurité perçue	3,2%
		Buts stratégiques	2,4%
		Fiabilité	1,3%
		Profil utilisateur	0,8%
<i>Analyse de 45 sources (DEGOR, 2002)</i>			

L'atmosphère d'un site marchand

è Facteurs contrôlables par le site marchand regroupant les facteurs de design, d'ambiance et sociaux influençant les réactions internes et comportementales de l'internaute

Facteurs d'atmosphère		Exemples magasin physique	Exemples site marchand
Baker(1986)	Bitner (1992) Berman et Evans (1995)		
Facteurs d'ambiance	Variables internes générales	Musique	Musique
		Eclairage	Couleur, animation
		Odeur	Odorama (diffuseur d'odeur)
		Température	
	Variables de décoration	Présentation des produits, présentoirs	Texte, images
Facteurs de design	Variables d'agencement et de design	Théâtralisation de l'offre	Théâtralisation de l'offre
		Aisance de déplacement	Facilité de navigation
		Facilité à trouver le produit	Moteur de recherche interne
		Disposition du magasin	Architecture du site
Facteurs sociaux	Variables humaines	Foule et encombrement	Temps de téléchargement
		Force de vente	Agents conversationnels



Edwards
www.clic-retraite.com



Cybelle
www.agentland.fr



www.virtuoz.fr

è Images, animations, musique, mais aussi...

è Agents conversationnels



P@d de Violet



Olfacom

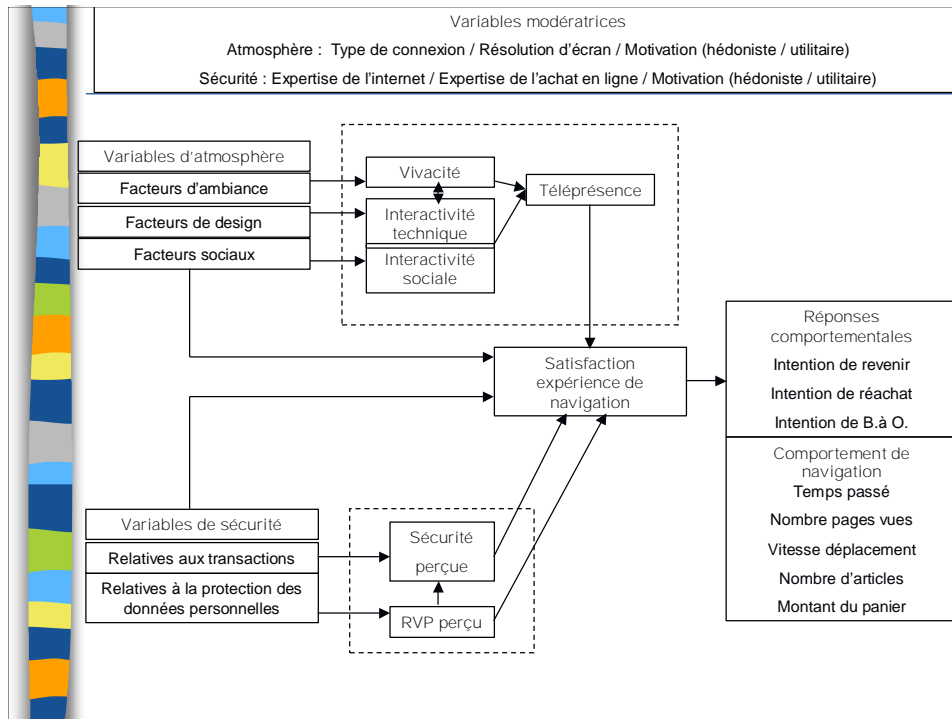
è Odorama sur internet

Les éléments de sécurité d'un site marchand

- è **Éléments textuels et / ou graphiques ayant un objectif de rassurance de l'internaute quant à ses préoccupations d'acheteur en ligne.**
- è **Deux risques exacerbés sur internet**
 - > Risque lié à la transaction
 - > Risque personnel (lié à la collecte d'informations personnelles)
- è **Deux variables marketing associées**
 - > Sécurité perçue
 - > Respect de la vie privée perçue

Les éléments de sécurité d'un site marchand

Éléments de sécurité	Item	Éléments de sécurité	Item
Politique de protection des données personnelles (RVP : Respect Vie Privée)	Mention sur la finalité de l'utilisation des cookies	Identification physique du site marchand	Logo de la société
	Positionnement des chartes et notifications sur la page d'accueil et sur les pages où est récoltée de l'information		Identité de l'entreprise
	Notification faite à l'internaute des données collectées		Adresse postale
	Choix laissé à l'utilisateur quant à l'utilisation des données		Adresse email / formulaire contact
	Accès et modification des données		N° de téléphone / fax
	Sécurité des transmissions et du stockage		Message de confirmation d'une commande
	Possibilité de contacter une personne		Rapidité de réponse du service client
	Caractère intrusif et usage des informations		Email service client
	Horizon (durée de conservation des données)		N° téléphone service client
	Saillance RVP (nombre de clics nécessaires à partir de la page d'accueil)		Possibilité d'achat par autre média
Caution paiement 	Logotype carte bancaire	Aide au processus de commande	Aide au paiement en ligne
	Logotype partenaire financier		Livraison
	Garantie tierce (ex : Fia-Net, L@belsite)		Message de confirmation
	Partenariat avec marchand connu		Retour produit et remboursement
Logotypes technologiques 	Saillance caution paiement	Garanties relatives à la commande	Testimonials
	Cadenas		Conseils personnalisés par conseiller
	Zone sécurisée visible (https)		Partenariat avec site marchand connu
	Logotype SSL ou autre crypto		Saillance de caution tierce
	Saillance des labels technologiques		Caution tierce



Méthodologie

- è Revue de littérature
- è Étude qualitative par focus et entretiens
- è Formulation des hypothèses
- è Étude quantitative par un site expérimental
- è Analyse des résultats
- è Implications académiques, managériales et méthodologiques

		Facteurs Paiements		Facteurs RVP	
		Pauvre	Riche	Pauvre	Riche
Facteurs d'ambiance	Pauvre				
	Riche				
Facteurs de design	Pauvre				
	Riche				
Facteurs sociaux	Pauvre				
	Riche				