

ÉDITION FRANÇAISE

# AMÉLIOREZ L'EXPÉRIENCE CLIENT DIGITALE DE VOTRE MARQUE :

## DE NOUVELLES IDÉES POUR LES INNOVATEURS EN MARKETING

Comment les marques françaises modifient-elles leur stratégie d'expérience client dans le contexte des perturbations liées à la pandémie et face aux demandes accrues de confidentialité ?

**800**  
MARKETEURS

**8,000**  
CONSOMMATEURS

### DÉCOUVREZ LEURS RÉPONSES

Pour vous aider à mieux comprendre les implications de l'expérience client pour votre entreprise, nous avons travaillé avec Vanson Bourne afin de recueillir les réactions de 8000 consommateurs et de 800 marketeurs en Australie, au Brésil, en France, en Allemagne, au Japon, à Singapour, au Royaume-Uni et aux États-Unis, de juillet à août 2021. Voici quelques conclusions intéressantes de l'enquête réalisée en France.

#### COMPORTEMENTS DES CLIENTS

**Les marketeurs français s'adaptent à l'évolution des comportements client.**

**90 %**

ont modifié leur stratégie d'expérience client digitale au cours des 18 derniers mois, en particulier en réponse à la pandémie de COVID-19

**88 %**

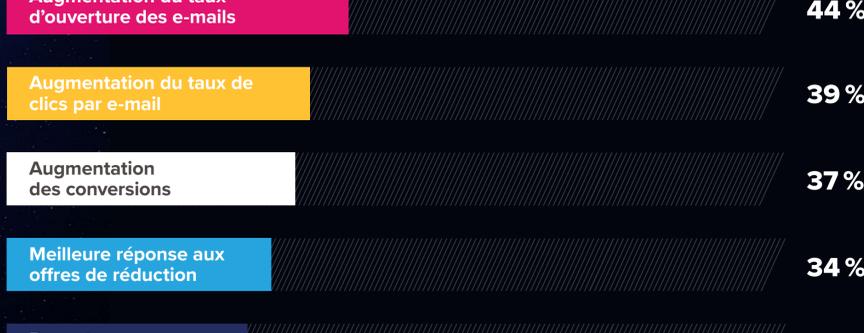
des marketeurs français indiquent que la collecte de données first-party est plus importante pour leur entreprise qu'il y a deux ans

**36 %**

indiquent qu'au cours des 18 derniers mois, la capacité à recueillir suffisamment de données sur les préférences des consommateurs pour créer des expériences digitales convaincantes a été particulièrement importante

#### PERSONNALISATION

**Les marketeurs français affirment que la mise en œuvre de davantage de personnalisation a généré les améliorations suivantes :**



**94 %** des répondants français indiquent une amélioration du retour sur investissement des outils marketing en 2021.

... Pourtant,

**82 %**

déclarent que leur technologie les empêche de créer et de proposer des expériences digitales innovantes ou créatives.

#### CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

**Les marketeurs français ont besoin de données first-party pour générer de nouvelles informations en vue d'alimenter le contenu, les campagnes et une expérience client optimisée. Un écart de confiance persiste cependant entre les marques et les consommateurs :**

Alors que

**71 %**

des marketeurs français interrogés pensent que les clients leur font davantage confiance en 2021 quant à l'utilisation des données personnelles par comparaison avec 2020...

... **53 %**

des consommateurs français disent ne pas faire confiance aux marques pour le traitement correct de leurs données personnelles.



**Pour offrir une expérience client attrayante, les innovateurs en marketing doivent recueillir et activer des données first-party, créer un contenu personnalisé attrayant et respecter la confidentialité des données client.**



Vous souhaitez recueillir davantage d'informations auprès de centaines de consommateurs et de marketeurs français ?

**TÉLÉCHARGEZ DÈS AUJOURD'HUI VOTRE EXEMPLAIRE GRATUIT DE L'ÉDITION FRANÇAISE DU RAPPORT D'ACQUIA SUR LES TENDANCES DE L'EXPÉRIENCE CLIENT.**

**EN SAVOIR ENCORE PLUS ▶**