

Le quick commerce suscite l'intérêt de 63 % des Français

Le quick commerce plus connu sous le nom de q-commerce définit les activités de distribution commerciale avec des délais de livraison très courts. Pour analyser la place occupée par le q-commerce dans les habitudes d'achats des Français, Capterra a mené une étude en ligne entre janvier et février 2023 auprès de 1022 consommateurs effectuant des achats sur Internet au moins 2 fois par an.

L'adoption du q-commerce en France

Le modèle de q-commerce s'est implanté dans les habitudes d'achats des Français, et ce, au-delà du contexte de la pandémie. D'une part, 63 % des utilisateurs du quick commerce disent être intéressés par ce type de service avec 14 % l'utilisant, 14 % souhaitant continuer à l'utiliser et 35 % n'y ayant jamais eu recours mais désirant l'essayer.

La proportion de non-utilisateurs intéressés représente un potentiel de développement et ces derniers mentionnent certains freins quant à l'utilisation des services de quick commerce :

- 47 % oublient qu'il s'agit d'une option
- 24 % ne savent pas comment fonctionnent ces plateformes
- 22 % manquent d'infrastructure pour la mise en place de ces services dans leur région

Quelles sont les pratiques et attentes des utilisateurs du quick commerce ?

Afin de répondre à cette question, nous nous sommes concentrés sur le groupe de répondants ayant indiqué utiliser et souhaitant continuer à utiliser ce type de services, soit 28 % de l'ensemble des participants.

Les applications de livraison tierces premier canal d'achat

53 % des utilisateurs de q-commerce privilégient les applications de livraison tierces, suivies par les sites web et boutiques traditionnels (37 %) et enfin les sites web de marketplace (9 %).

Les décisions d'achats de q-commerce souvent motivées par l'urgence et la spontanéité

Que ce soit pour répondre à des situations pressantes ou pour satisfaire des envies impulsives, le q-commerce répond aux besoins immédiats. 70 % des utilisateurs déclarent utiliser le q-commerce pour ce type d'achats spontanés ou urgents, tandis que 30 % y ont recours pour planifier des achats réguliers.

La livraison de courses et de plats préparés au cœur des achats de q-commerce

La majorité des utilisateurs actifs se servent du q-commerce pour la livraison de courses (55 %) et de plat de bars et restaurants (54 %). Toutefois, 26 % de consommateurs consacrent leurs achats à l'industrie de la mode.

Quels sont les principaux avantages et désavantages associés au quick-commerce ?

La rapidité des livraisons est l'avantage principal du q-commerce pour 65 % des utilisateurs. Leurs attentes sont donc très élevées en termes de rapidité de livraison, avec 54 % d'entre eux acceptant un délai de 15 à 30 minutes.

D'autres avantages du q-commerce sont :

- La flexibilité des horaires de livraison (35 %)
- L'aspect pratique de la livraison (32 %)
- Le suivi de la livraison en direct (26 %)

Néanmoins, les utilisateurs soulignent certains inconvénients :

- Les frais de livraison trop chers (53 %),
- Les conditions de travail des employés de livraison (38 %),
- La difficulté à obtenir de l'assistance (28 %).

Les paramètres clés pour une expérience client réussie

Afin d'offrir une expérience de q-commerce optimale et favoriser la fidélité à leur marque les entreprises doivent prendre en compte :

1. Une tarification adaptée

Dans un contexte économique critique où le prix reste un critère clé pour les consommateurs, il est essentiel de proposer des tarifs compétitifs sans compromettre la qualité du service.

2. Un service client personnalisé

L'assistance offerte aux clients est cruciale, l'intégration dans une application de fonctionnalités telles que le chat en direct permet aux clients de contacter le service client ou le livreur en temps réel. Ainsi, l'assistance est personnalisée et les problèmes gérés plus rapidement et efficacement.

Considérations avant de se lancer dans le q-commerce

Le quick-commerce combine les avantages du e-commerce traditionnel avec une logistique novatrice pour répondre aux besoins de flexibilité, de commodité et de réactivité des consommateurs.

Une gestion efficace des stocks et une prévision précise de la demande sont essentielles. Comprendre les comportements et intentions d'achats des consommateurs, surveiller les tendances et analyser les performances des ventes sont des pratiques recommandées pour réussir la mise en place du quick commerce.

Méthodologie

Enquête menée en ligne entre janvier et février 2023 auprès de 1 022 consommateurs sélectionnés selon les critères suivants :

- *Réside en France*
- *Âgé(e) de 18 à 77 ans*
- *Effectuant des achats sur Internet au moins 2 fois par an.*

À propos de Capterra

Capterra est la destination n°1 afin de trouver le logiciel idéal. Notre plateforme comprend plus de 95 000 solutions parmi 900 catégories de logiciels et offre un accès à plus d'1,8 millions d'avis vérifiés, vous permettant de gagner du temps, d'accroître votre productivité et d'accélérer votre croissance.

Contact presse:

Dorine Mandin - Marketing Specialist Capterra
dorine.mandin@gartner.com