

ÉTUDES & CLUBS

« Quelles sont les tendances de consommation et les attentes des Français ? »



Qualimétrie et Procos organisaient en partenariat un webinar le 9 novembre qui a permis de présenter les résultats de deux analyses de remontées de données sur l'avis des français

- **Les principaux résultats de 655.000 votes de Français dans le cadre de « Meilleure Chaîne de Magasins »**
- **Les projections pour Noël 2021, une enquête spécifique de Qualimétrie** auprès d'un échantillon représentatif de 1.069 personnes.

Un webinar très riche d'enseignements pour les enseignes notamment en cette période de fin d'année.

Qualimétrie a présenté, secteur par secteur du retail, les points spécifiques d'attention pour répondre aux attentes prioritaires et au comportement attendu des consommateurs dans chaque secteur: prêt-à-porter, décoration, loisirs, voyages, jeux, jouets, livres, high tech et cosmétique.

L'enquête révèle l'inquiétude des consommateurs par rapport au pouvoir d'achat et leur peur des ruptures alors que le problème sanitaire paraît moins préoccupant, à l'exception des 55-65 ans qui restent très attentifs au respect des mesures sanitaires dans les points de vente.

La crainte des ruptures générera sûrement des anticipations d'achats, en particulier pour les jouets.

Plus largement, les données récoltées dans le cadre de meilleures chaînes de magasins permettent de mettre en avant des sujets d'attention, secteur par secteur, à la fois en point de vente et sur le web en fonction des points essentiels de l'appréciation des consommateurs.

Dans une période de baisse tendanciel de la fréquentation des magasins compte tenu de l'accroissement du poids relatif du canal internet et de l'importance accrue du digital dans la préparation des achats, **il est fondamental de satisfaire tout client qui fait l'effort de se déplacer en magasin.** L'une des multiples informations ressortant de l'analyse est **le souhait du client fidèle d'être reconnu comme important.** On voit ici l'importance du lien et de la relation, au-delà de la transaction, de l'importance des programmes de fidélité au-delà même des programmes relationnels afin que le client se sente reconnu comme important aux yeux de l'enseigne.

Autre information qui intéressera tout commerçant, des questions concernant Amazon, les consommateurs y ont recours et pourquoi ?

Vous voulez en savoir plus :

[Accédez à la présentation et aux données présentées en cliquant ici](#)