

ÉTUDE E-COMMERCE

L'impact des filtres de recherche sur les comportements d'achat



En partenariat avec

Une étude YZR en partenariat avec Harris Interactive.

Cette étude a été réalisée en juin 2023, auprès d'un panel de 1 055 consommateurs représentatifs des acheteurs français.

93% d'entre-eux effectuent régulièrement des achats en ligne.

YZR



**harris
interactive**

a toluna company

À RETROUVER DANS CETTE ÉTUDE

- Efficacité de la barre de recherche
- Utilisation des filtres de recherche
- Impact des recommandations produits



Device - Le desktop en tête

71%

des consommateurs utilisent régulièrement leur ordinateur pour effectuer des achats sur internet.

Ils sont même 37% à indiquer que la totalité de leurs achats en ligne passe par ce canal.

Les consommateurs de plus de 50 ans se servent majoritairement de leur ordinateur. Ils sont même 46% à indiquer n'utiliser qu'un PC ou ordinateur portable lorsqu'ils doivent acheter en ligne.



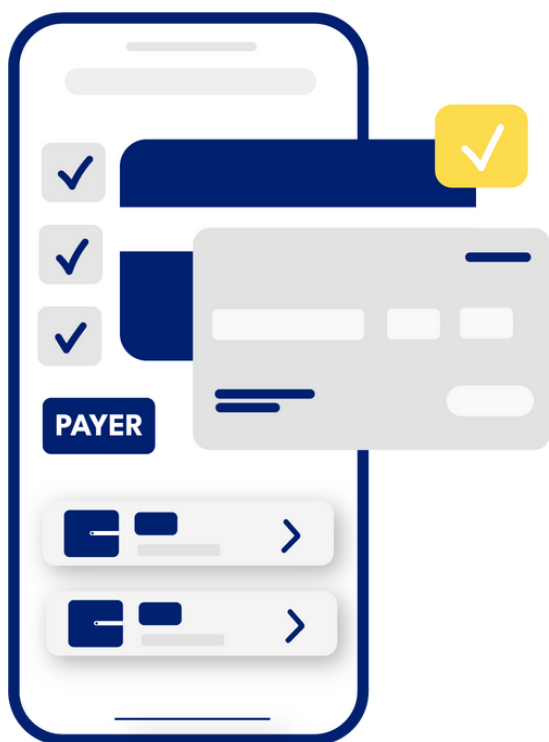
Device - Les jeunes se tournent vers le mobile

43%

des acheteurs indiquent utiliser de manière régulière leur smartphone pour réaliser leurs achats en ligne.

69% des acheteurs de moins de 35 ans achètent régulièrement en ligne depuis leur smartphone.

Cette statistique chute ensuite avec l'âge : ils sont seulement 1 personne sur 2 à régulièrement acheter depuis leur mobile entre 35 et 49 ans. Pour les plus de 50 ans, c'est 1 personne sur 4 seulement.



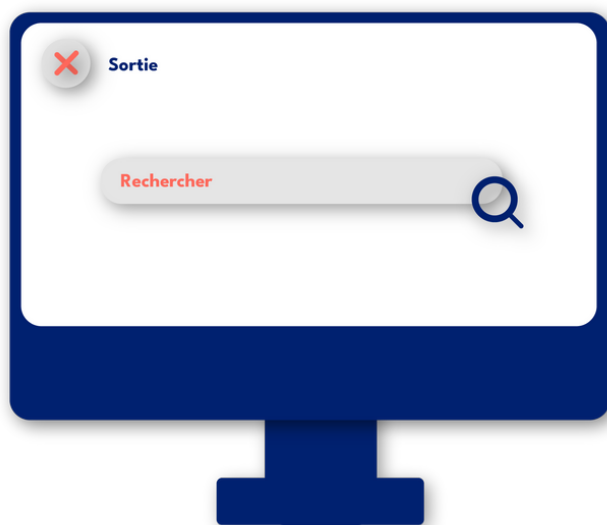
Search - Utilisation de la barre de recherche

4/5

consommateurs utilisent régulièrement la barre de recherche pour trouver le produit souhaité sur un site marchand.

Les consommateurs utilisant majoritairement leur téléphone pour acheter en ligne ont davantage l'habitude d'utiliser la barre de recherche.

Les jeunes ont donc une préférence pour la recherche par mots-clés dans une barre de recherche.



Search - Utilisation des filtres

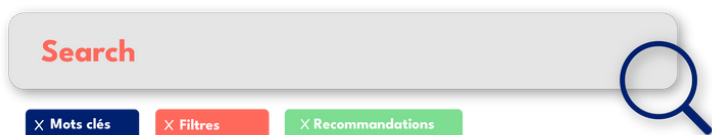
70%

des consommateurs utilisent régulièrement les filtres lors de leurs recherches sur un site en ligne.

Les filtres sont néanmoins moins plébiscités qu'une recherche par mots clés.

Les acheteurs les plus jeunes sont plus enclins à utiliser les filtres que leurs aînés. 75% des acheteurs de moins de 35 ans indiquent réaliser régulièrement des recherches par filtres.

C'est également le cas de 68% des personnes entre 35 et 65 ans. Au delà de cet âge, la statistique tombe à 62%.



Search - Utilisation des menus déroulants

1/2

e-acheteur utilise régulièrement les menus déroulant (choix parmi les catégories, types de produits, etc).

61% des moins de 35 ans sont habitués à faire leurs recherches par catégories et menus déroulants.

Les consommateurs de plus de 35 ans sont 45% à chercher leur produit parmi les catégories présentes dans le menu déroulant. Le menu déroulant est utilisé par 1 français sur 3 pour les plus de 65 ans.



Search - Recommandations produits

37%

des consommateurs en ligne se laissent guider par les recommandations de la page d'accueil lors de leurs achats.

Les jeunes consommateurs (-35 ans) se laissent plus régulièrement tenter par les recommandations que les acheteurs plus âgés.

1 jeune sur 2 indique ainsi faire confiance aux recommandations qui lui sont faites.



Search - Bannières de promotions

1/3

consommateur suit les bannières de promotions proposées sur les sites en ligne.

Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à cliquer sur les promotions affichées sur les sites marchands.

Les consommateurs de moins de 24 ans sont plus à même de se laisser guider par les promotions en cours lors de leur achats sur internet.

En effet, 1 e-acheteur sur 2 de 15-24 ans clique régulièrement sur les promotions, contre seulement 1 sur 3 pour les plus de 35 ans.

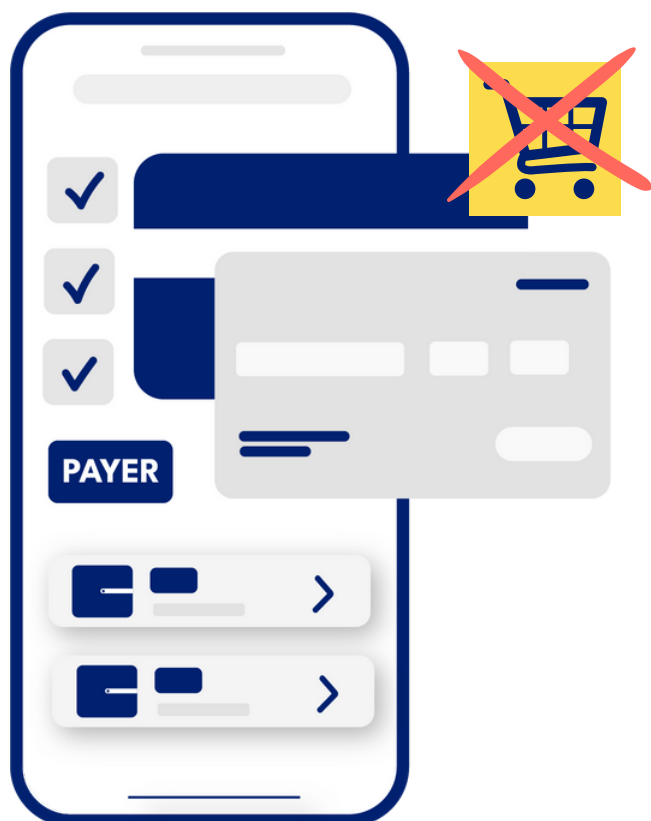


L'impact du search sur les intentions d'achats

85%

des utilisateurs réguliers de mobile abandonnent leurs recherches sur des sites e-commerce pour cause d'une mauvaise expérience de search.

Concernant les utilisateurs d'ordinateur, cette statistique descend à 4 consommateurs sur 5.



L'impact du search sur les intentions d'achats

Les jeunes acheteurs (moins de 35 ans) abandonnent plus facilement leurs achats en ligne si les systèmes de recherche des e-commerces ne leur conviennent pas.

Une bonne expérience d'achat passe donc par des filtres clairs et efficaces, des catégories précises ainsi que des recommandations ou promotions produits personnalisées.

C'est notamment dû à leur utilisation plus accrue des smartphones : 90% des consommateurs de 25 à 35 ans abandonnent habituellement leurs recherches sur smartphone si le système de filtres n'est pas cohérent et efficace.

Les jeunes consommateurs ont également tendances à utiliser tous les systèmes de recherches pour trouver un produit que ce soit sur ordinateur ou sur smartphone.

Ainsi, si l'expérience de search ne leur permet pas de trouver le produit recherché, ils auront tendance à abandonner très rapidement leur recherche.





Comment obtenir des résultats de recherches performants et des recommandations produits qualitatives pour augmenter vos conversions ?

Chez YZR nos clients optimisent leur contenu e-commerce en automatisant les processus de gestion de leurs données produits, grâce à notre IA.

Catégorisation des produits

Enrichissement des attributs

Standardisation des attributs

**Génération
de titres et de descriptifs**



Obtenez des **résultats immédiats** pour votre e-commerce.



4x plus d'attributs enrichis sur vos fiches produits



1000 références traitées par minute contre en moyenne 2 par minute pour un humain



12 langues prises en compte en simultané sur vos fiches produits



7x plus rapide pour onboarder vos fournisseurs et vendeurs



150 000 produits traités par jour de manière automatisée

AVEC YZR, RÉVOLUTIONNEZ LA QUALITÉ DE VOTRE **CONTENU E-COMMERCE.**

Pour en apprendre plus sur notre solution

RENCONTREZ UN EXPERT