

Comparaison entre l'offre et la demande

Comparaison de l'enquête auprès des commerçants en ligne
et du sondage auprès de la clientèle 2021 avec accent sur la durabilité

L'offre et la demande dans le commerce en ligne, notamment en matière de durabilité

Quels sont les souhaits des consommateurs et consommatrices suisses en matière de durabilité dans l'e-commerce et comment les détaillants en ligne répondent-ils à ces attentes? Découvrez les réponses dans notre comparatif.





Aperçu des thématiques

Expédition	4
Emballage	5
Vue d'ensemble des aspects de la durabilité	6

Expédition

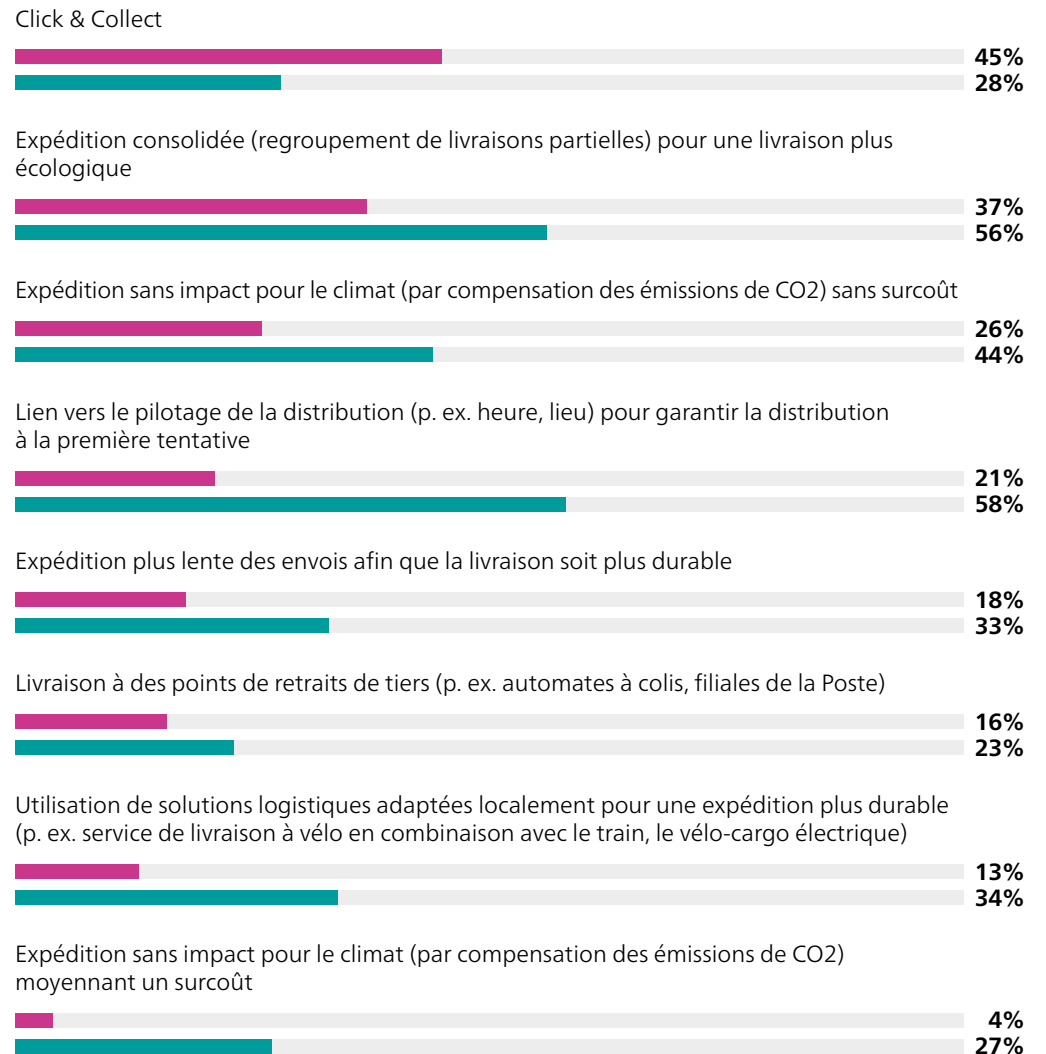
Question au détaillant en ligne

Lesquelles des options d'expédition écologiques suivantes proposez-vous à vos clients?

Question au client

Dans quelle mesure les options d'expédition écologiques suivantes sont-elles importantes pour vous?

La majorité des options d'expédition écologiques proposées par les détaillants en ligne ne correspond pas aux besoins des clients.



Emballage

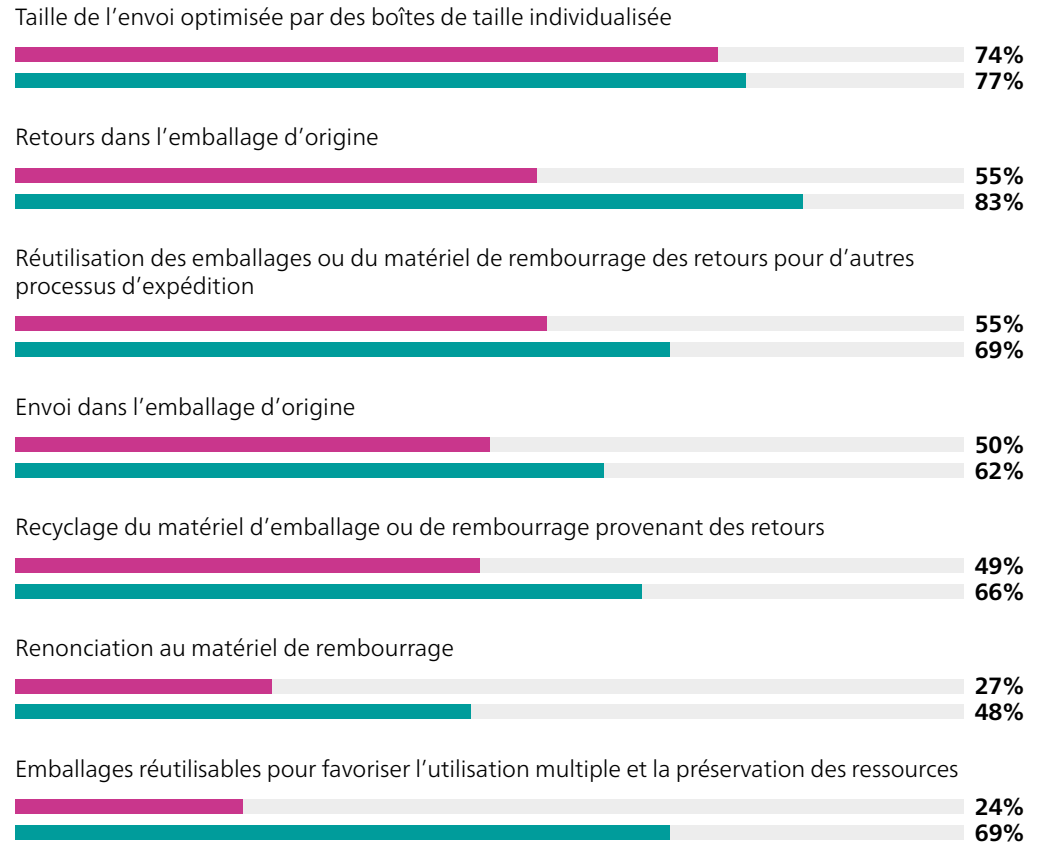
Question au détaillant en ligne

Lesquels des aspects suivants mettez-vous déjà en œuvre au niveau du système d'emballage?

Question au client

Dans quelle mesure les aspects suivants relatifs à l'emballage de la marchandise commandée sont-ils importants pour vous?

L'utilisation d'emballages réutilisables est une exigence majeure des clients, par rapport à laquelle les détaillants ont encore du potentiel à développer.



Vue d'ensemble des aspects de la durabilité

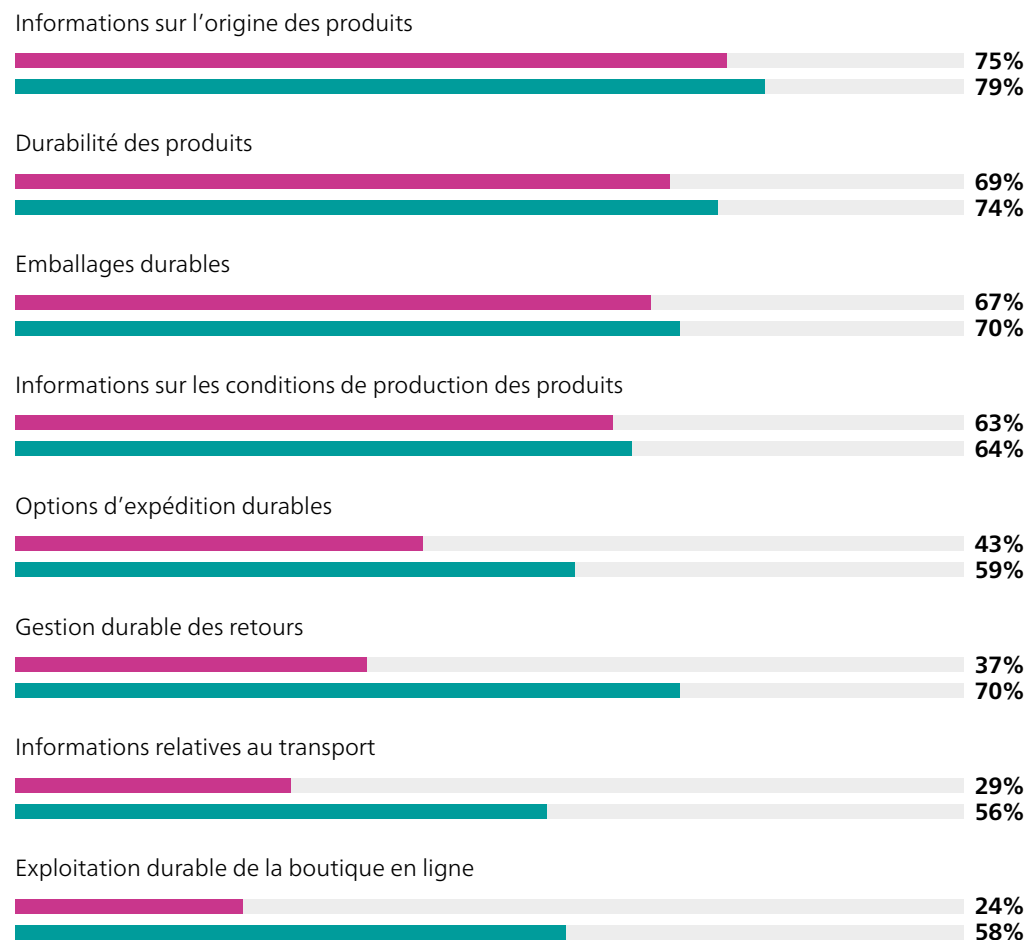
Question au détaillant en ligne

Quel est, selon vous, le degré d'importance des aspects suivants liés au développement durable pour vos clients?

Question au client

Dans quelle mesure les aspects de durabilité suivants sont-ils importants pour vous lors de vos achats en ligne?

Les commerçants en ligne sous-estiment l'importance du fonctionnement durable de la boutique en ligne et de la gestion durable des retours pour les clients.



Forme de l'étude

Structure de l'échantillon

Les résultats de cette comparaison s'appuient sur les études suivantes: «Baromètre de l'e-commerce suisse 2021» et «Sondage auprès des détaillants en ligne 2021: durabilité dans l'e-commerce suisse».

Enquête auprès de la clientèle 2021: Baromètre de l'e-commerce suisse



Taille de l'échantillon

11 545 participantes et participants (apuré)



Durée du sondage

Du 18 au 31 mai 2021



Méthodologie

Sondage quantitatif en ligne



Questions

26 questions fermées

Sondage auprès des détaillants en ligne 2021: Durabilité dans l'e-commerce suisse



Taille de l'échantillon

248 commerçants en ligne



Durée du sondage

Du 22 mars au 30 juin 2021



Méthodologie

Sondage quantitatif en ligne



Questions

23 fermées, 1 semi-fermée et 4 questions ouvertes

Forme de l'étude

Étude «Baromètre de l'e-commerce suisse 2021»

L'objectif de cette étude était d'appréhender et d'analyser l'ambiance et le comportement des clientes et des clients sur le marché de l'e-commerce suisse. La recherche s'est fondée sur une étude empirique quantitative. Le sondage a été réalisé au moyen d'un questionnaire en ligne. Ce questionnaire comportait 26 questions fermées. Il était divisé en différentes thématiques liées à la création de valeur et à la chaîne de processus dans l'e-commerce: commercialisation, commande, paiement, logistique, durabilité et service clients.

Les questions relatives à la commercialisation et à la commande portaient sur la fréquence et les motifs des achats en ligne, sur les catégories de produits préférentiellement achetées sur Internet, sur l'utilisation de places de marché virtuelles, sur le recours aux smartphones et aux tablettes pour le shopping en ligne ainsi que sur les raisons pouvant expliquer l'annulation d'un achat. En matière de paiement et de logistique, on souhaitait en savoir plus sur les possibilités de paiement et de livraison privilégiées par la clientèle ainsi que sur l'emballage et le caractère durable du transport. La section consacrée à la gestion de la clientèle abordait les formes de contact souhaitées. Le sexe, l'âge et la langue des participantes et des participants à l'étude ont été relevés à titre de variables démographiques.

Forme de l'étude

Étude «Baromètre de l'e-commerce suisse 2021»

Le sondage a été effectué en mai 2021. Pour atteindre le plus grand nombre possible de participantes et de participants potentiels à l'étude et pour des raisons économiques, le questionnaire a été communiqué via la newsletter destinée à la clientèle privée de la Poste. En conséquence, tout(e) client(e) e-commerce potentiel(le) ayant reçu le lien vers le sondage par le biais de la newsletter ou par une autre voie (p. ex. par transmission) pouvait faire partie de l'échantillon analysé.

Le sondage a porté sur un échantillon total de 12 078 participantes et participants. Environ 72% des questionnaires ont été intégralement complétés, sur une durée moyenne de 12 minutes. Les données ont finalement été corrigées de manière à ne pas tenir compte des participations avortées ainsi que des temps de traitement très courts pour garantir l'uniformité et la qualité des données. Après épuration, l'échantillon comprenait encore 11 545 participantes et participants.

Forme de l'étude

Étude «Sondage auprès des détaillants en ligne 2021: Durabilité dans l'e-commerce suisse

L'étude visait à examiner la manière dont les détaillants en ligne suisses abordent la thématique de la durabilité, quelles mesures ils prennent et à quels défis ils sont confrontés. Les aspects liés à la durabilité ont été examinés et analysés sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur dans l'e-commerce. La recherche s'est fondée sur une étude empirique quantitative. Afin d'atteindre le plus grand nombre possible de participantes et de participants potentiels à l'étude, le lien vers le sondage a été diffusé de manière ciblée dans les réseaux suisses de commerce en ligne.

Le questionnaire comprenait en tout 23 questions fermées, 1 semi-ouverte et 4 questions ouvertes, portant sur les groupes thématiques suivants: gamme, fonctionnement de la boutique en ligne, logistique interne et entreposage, expédition et emballage, retours de marchandises, collaboration avec des partenaires, besoins des consommateurs, thématiques prioritaires, compétitivité, communication et marketing ainsi que type et taille de la boutique en ligne.

Les données ont été récoltées de mars à juin 2021 dans le cadre d'un sondage quantitatif en ligne. 248 commerçants en ligne ont participé à l'enquête.

Institut de communication et de marketing IKM

Haute école spécialisée
de Lucerne – Économie

Au sein de la Haute école spécialisée de Lucerne, IKM représente les champs de compétences Communication et marketing et poursuit le développement de ces domaines en permanence. L'accent porte tout particulièrement sur les exigences résultant du développement du numérique.

En sa qualité de partenaire pour un apprentissage tout au long de la vie (Lifelong Learning, LLL), IKM propose des formats d'apprentissage dans les domaines de la communication et du marketing aux niveaux Bachelor et Master ainsi que des cours de perfectionnement aux niveaux CAS et MAS.

En matière de recherche et développement orientés vers la pratique, IKM est le partenaire engagé d'entreprises et d'autres universités dans le cadre du développement en commun d'innovations basées sur la science, de réalisation d'études scientifiques et d'application des enseignements scientifiques à l'économie et à la société.

Plus d'informations à l'adresse: www.hslu.ch/ikm

Haute école spécialisée de Lucerne – Économie
Institut de communication et de marketing ICM
Zentralstrasse 9
Case postale 2940
6002 Lucerne

Thomas Wozniak
thomas.wozniak@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm

Institute for Digital Business

La Haute école de gestion de Zurich (HWZ)

Le Center for Digital Business de la HWZ est l'interlocuteur compétent pour tout ce qui a trait à la connaissance du numérique orientée vers l'application. Il poursuit des recherches, propose des filières d'études, soutient les PME avec des services de conseil et de projet et met à disposition sa connaissance du numérique. Le centre est dirigé par Manuel P. Nappo. Le baromètre de l'e-commerce est réalisé et suivi par l'Institut für Strategisches Management: Stakeholder View (HWZ).

Plus d'informations sur:

www.fh-hwz.ch/idb

www.hwzdigital.ch

Haute école de gestion de Zurich (HWZ)

Institute for Digital Business

Manuel P. Nappo

Lagerstrasse 5

8021 Zurich

manuel.nappo@fh-hwz.ch

www.fh-hwz.ch

La Haute école de gestion de Zurich (HWZ)

La Haute école de gestion de Zurich (HWZ) est membre de la Haute école spécialisée de Zurich (ZFH). Avec environ 2200 étudiants et quelque 500 enseignants, la HWZ est la plus grande Haute école de formation en cours d'emploi dans le domaine de l'économie suisse. Elle propose une offre très étendue de filières de formation en cours d'emploi de niveaux bachelor et master ainsi que la possibilité de préparer un doctorat.

Plus d'informations sur:

www.fh-hwz.ch

www.facebook.com/fhhwz

www.twitter.com/fhhwz

Haute école de gestion de Zurich (HWZ)

Lagerstrasse 5

8021 Zurich

www.fh-hwz.ch/ism

La Poste

La Poste accompagne les entreprises dans le commerce numérique. Partenaire de l'Institute for Digital Business de la HWZ, elle soutient activement la mutation qui s'opère dans l'activité numérique ainsi que la transmission et le développement des connaissances.

Plus d'informations sur: www.poste.ch/digital-commerce

Poste CH SA
Services logistiques
Wankdorffallee 4
3030 Berne
digital-commerce@poste.ch

Poste CH SA
Services logistiques
Wankdorffallee 4
3030 Berne

digital-commerce@poste.ch
www.poste.ch/digital-commerce

