



# Réussir dans un milieu en constante évolution



Tout le monde sait que personne ne peut prédire l'avenir. Les attentes du marché au sortir de la pandémie restent encore incertaines. Vous avez donc besoin de faits probants pour répondre aux plus importantes et vous démarquer.

Postes Canada a interrogé plus de 5 000 personnes au pays pour comprendre l'évolution des habitudes de magasinage et où cela mènera. Voyez les constats; ils vous aideront à aborder les mois à venir, et 2022, avec confiance.

## Accélération et évolution



Le commerce électronique ne montre aucun signe de ralentissement. Les consommateurs continuent de raffiner leurs méthodes d'achat pour en garder certaines et en abandonner d'autres. Les détaillants doivent donc rester alertes pour mieux les servir, se démarquer et réussir dans un marché de plus en plus saturé.

## Situation actuelle du marché

Rien n'indique que les consommateurs canadiens vont réduire leurs achats en ligne. Voici ce qu'ils nous ont dit sur leur état d'esprit actuel et comment cela pourrait influencer leur comportement.

**89 %** des personnes sondées prévoient faire autant ou plus d'achats en ligne avec livraison.

**27,4** Nombre moyen d'achats par an (comparativement à 16,6 en 2019).

**1 sur 3** Les acheteurs fréquents – 25 achats en ligne ou plus par an – représentent désormais un tiers des Canadiens.



**68 %** des gens prévoient faire autant ou plus d'achats en ligne avec cueillette en bordure de magasin.

**2,8** Nombre moyen de cueillettes en bordure de magasin.

**3,4** Nombre moyen de ramassages en magasin (achats en épicerie non compris).

# Les Canadiens en veulent plus

Les acheteurs sont plus disposés que jamais à répartir leurs achats.



**60 %** d'entre eux tâchent de privilégier les entreprises canadiennes.



**34 %** ont encore plus diversifié les commerces en ligne qu'ils fréquentent depuis un an.



## Ce qui est maintenant indispensable



Qui dit marché animé dit concurrence exacerbée. Voyez-y pour favoriser la conversion. Communiquez ouvertement – une mauvaise surprise à la caisse peut entraîner la perte d'une vente et d'un client.

**Ce qui influence l'adoption d'un commerce en ligne plutôt qu'un autre :**

**80 %** Frais de livraison



**58 %** Délai de livraison



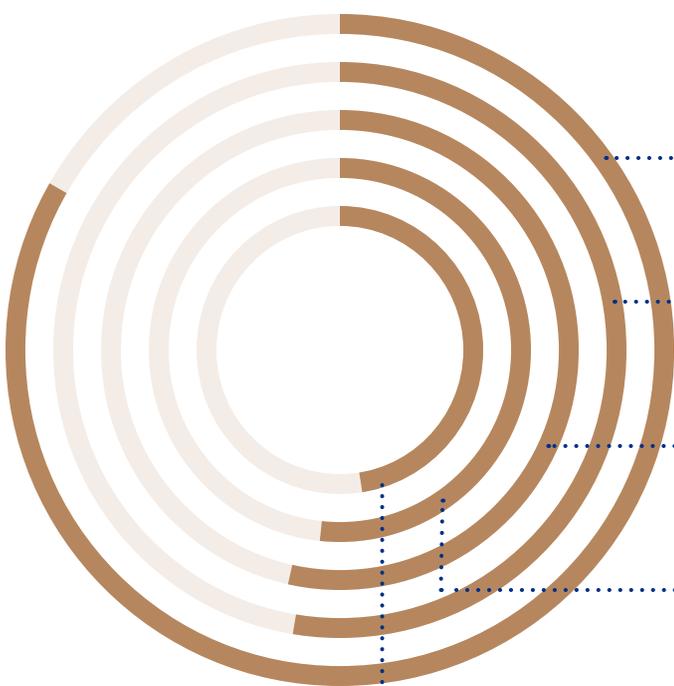
**61 %** Retours d'articles gratuits



**56 %** Retours d'articles faciles



**46 %** Affichage de la date de livraison prévue



# Tissez des liens durables

Vous voudrez augmenter et fidéliser votre clientèle durement conquise. Voici quelques façons efficaces d'encourager les achats répétés.

63 %

des gens veulent profiter de la même qualité de service sur tous les canaux.

46 %

choisissent un détaillant pour son programme de fidélisation ou de récompenses.



## Au-delà de l'indispensable

Vous offrez déjà l'indispensable? Voici quelques éléments qui ont plu aux personnes sondées lorsqu'elles ont magasiné en ligne.



50 % Expérience client uniforme sur tous les canaux numériques



40 % Recommandations d'articles fondées sur l'historique de navigation



78 % Essayages virtuels



76 % Rendez-vous virtuels



## Principaux constats

Les exigences du marché évoluent sous vos yeux. Les comprendre et être assez alerte pour y répondre au bon moment peut vous aider à vous démarquer.

Pour tirer parti de l'utilisation croissante du commerce en ligne, il faut offrir l'indispensable, puis proposer à votre clientèle des offres uniques à valeur ajoutée. Elle saura ainsi à quel point vous l'appréciez et multipliera les achats chez vous.

### Vous voulez savoir comment tirer profit de ces constats?

Communiquez avec votre représentant des ventes ou demandez une consultation à [postescanada.ca/joindreunexpert](https://postescanada.ca/joindreunexpert).

