

L'observatoire des pratiques de recherche dans l'e-commerce

Édition 2022



 **sensefuel**



Avant Propos

La donnée, ou plutôt l'exploitation de la donnée, est au cœur du projet Sensefuel. Certes, on peut forger ses intuitions sur son expérience mais chez Sensefuel, nous pensons que seuls les faits sont des informations exploitables.

Lorsque nous avons commencé à imaginer la solution et ses fonctionnalités, il nous est très clairement apparu que pour bien la concevoir, nous devons avant tout **nous assurer de la bonne compréhension des attentes et pratiques de recherche des consommateurs sur les sites e-commerce.** C'est donc très tôt dans notre projet que nous avons entrepris une démarche de sondage régulier du marché, que nous avons couplé avec un lab consommateur.

Au travers de cette cinquième édition, nous vous proposons de découvrir l'évolution de ces attentes et pratiques. Riches d'enseignements, ces observatoires nous ont, depuis cinq ans, guidés dans notre développement, et souhaitons qu'il en soit de même pour vous ! **Plongez dès à présent dans ces chiffres et faits pour en tirer vos propres conclusions !**

Stéphane Vendramini
Founder

Afin de garder une lecture agréable du document nous avons choisi d'indiquer uniquement les évolutions notables, dont le seuil est à +/- 10%, entre 2021 et 2022.

Enquête Sensefuel réalisée avec Toluna en Janvier 2022 auprès d'un panel de 1219 consommateurs en Allemagne, en France et au Royaume-Uni.

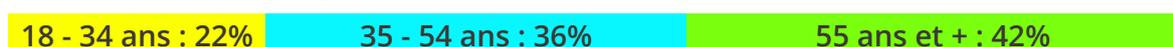
D'où venez-vous ?



Êtes-vous une femme ou un homme ?

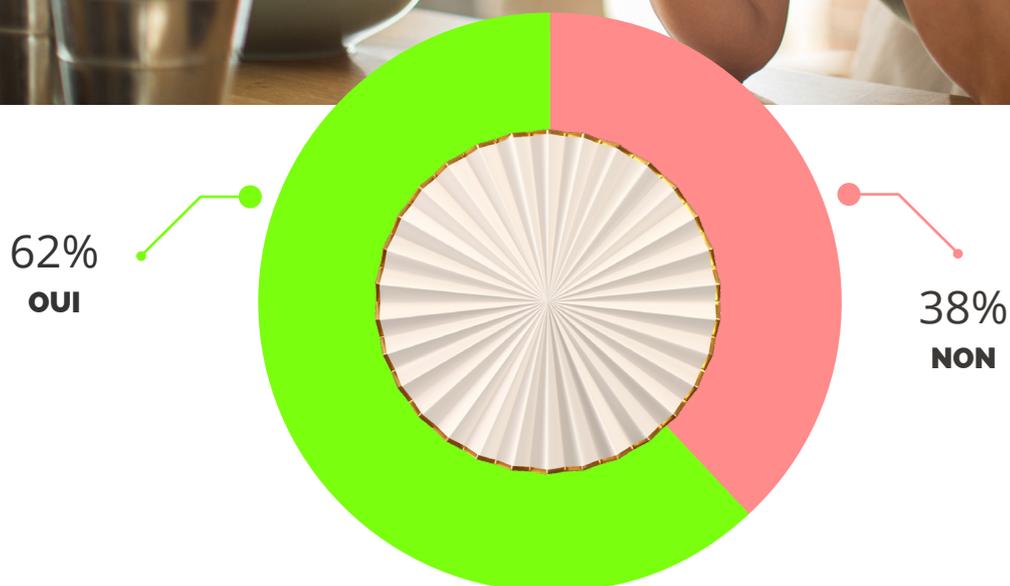


À quelle tranche d'âge appartenez-vous ?



Lors de vos achats en ligne, attendez-vous du site e-commerce qu'il ait compris vos goûts, vos envies et personnalise son affichage en fonction de ceux-ci ?

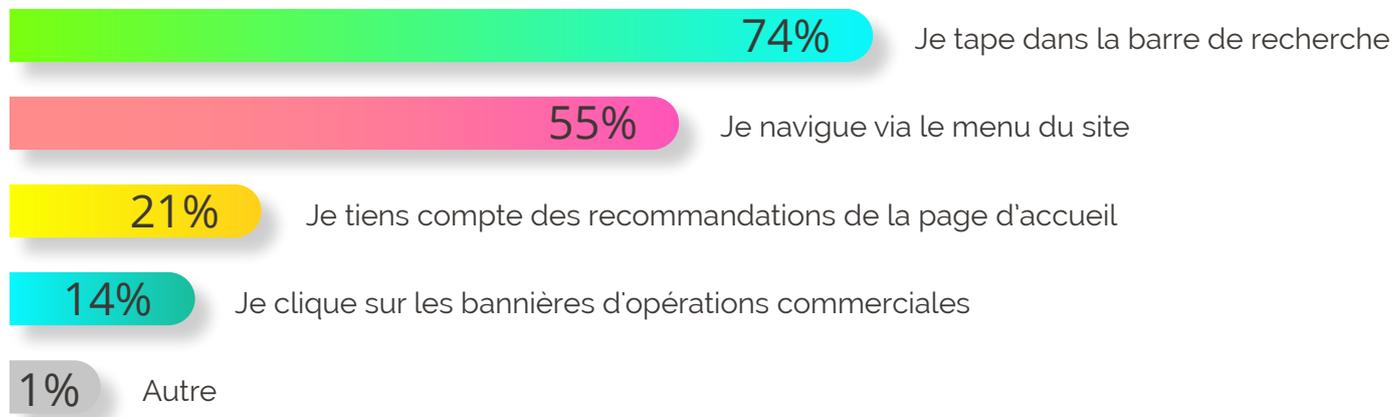
RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



Oui	59%	61%	66%
Non	41%	39%	34%

Lorsque vous visitez un site e-commerce pour trouver les produits que vous recherchez, comment vous-y prenez vous en général ?

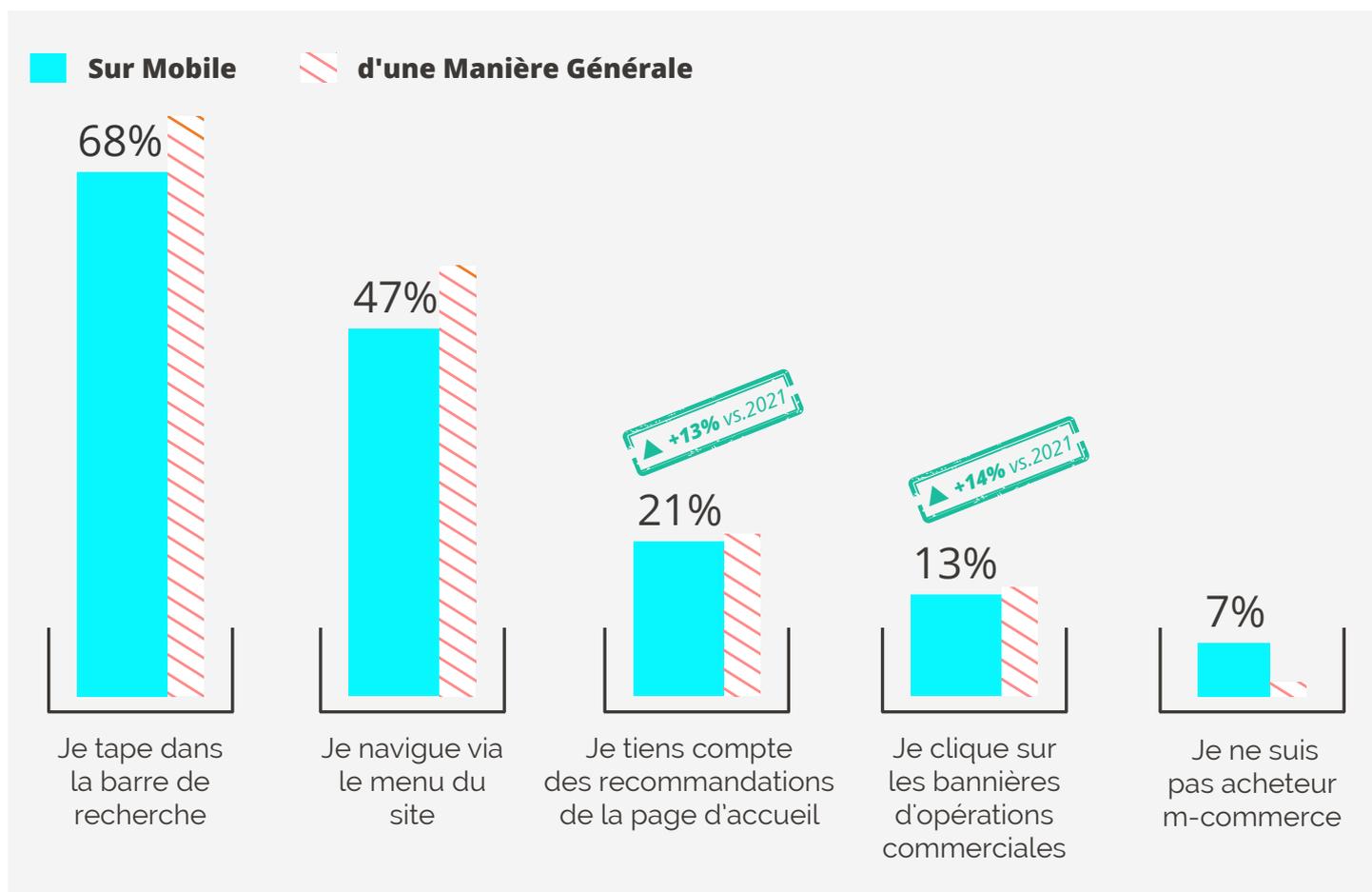
RÉPONSE À CHOIX MULTIPLES



	France	United Kingdom	Germany
Je tape dans la barre de recherche	72%	75%	74%
Je navigue via le menu du site	52%	58%	56%
Je tiens compte des recommandations de la page d'accueil	17%	25%	21%
Je clique sur les bannières d'opérations commerciales	12%	11%	18%
Autre	1%	1%	1%

Sur votre mobile, comment vous y prenez-vous pour trouver les produits que vous recherchez ?

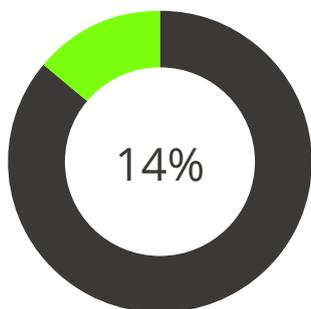
RÉPONSE À CHOIX MULTIPLES



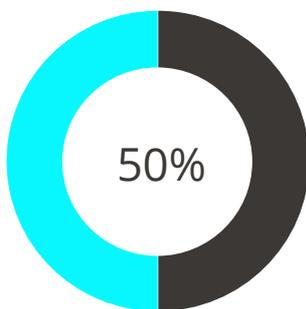
	France (%)	United Kingdom (%)	Germany (%)
Je tape dans la barre de recherche	62%	72%	70%
Je navigue via le menu du site	46%	47%	48%
Je tiens compte des recommandations de la page d'accueil	16%	25%	21%
Je clique sur les bannières d'opérations commerciales	9%	11%	19%
Je ne suis pas acheteur m-commerce	10%	5%	6%

Sur une liste de produits d'un site e-commerce, combien de pages de produits regardez-vous généralement ?

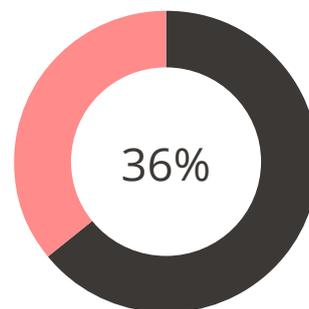
RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



Seulement les premiers produits visibles



Les 2 ou 3 premières pages



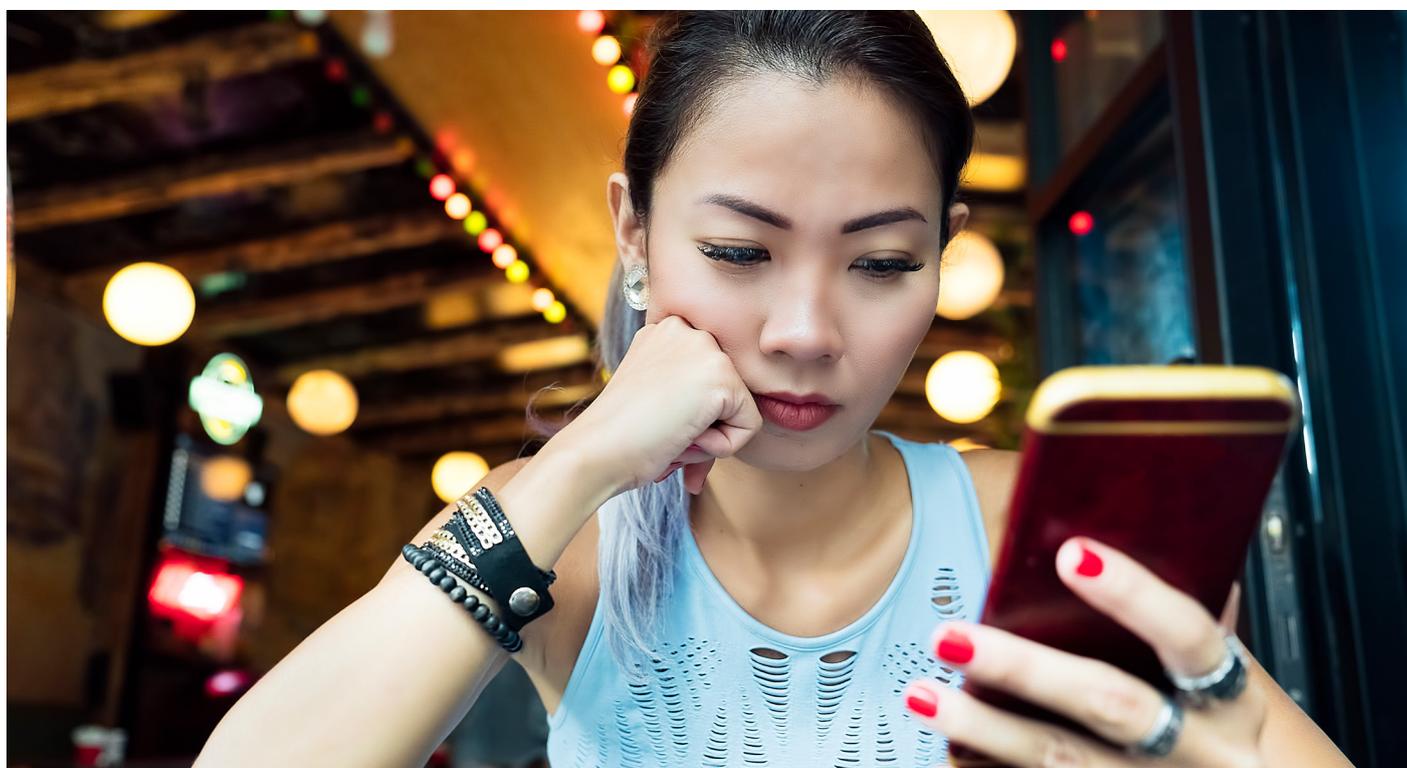
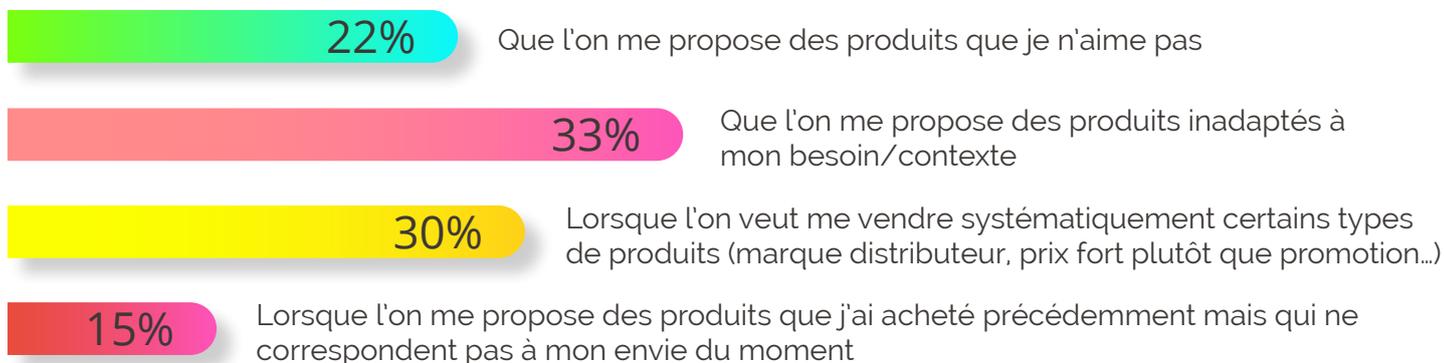
L'ensemble du choix disponible



Seulement les premiers produits visibles	14%	15%	14%
Les 2 ou 3 premières pages	37%	56%	56%
L'ensemble du choix disponible	49%	28%	30%

Qu'est-ce qui vous agace le plus lorsque l'on vous recommande des produits lors de vos achats e-commerce ?

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



	France	United Kingdom	Germany
Que l'on me propose des produits que je n'aime pas	22%	25%	21%
Que l'on me propose des produits inadaptés à mon besoin/contexte	38%	26%	35%
Lorsque l'on veut me vendre systématiquement certains types de produits	25%	36%	28%
Lorsque l'on me propose des produits que j'ai acheté précédemment mais qui ne correspondent pas à mon envie du moment	15%	13%	16%

Sur un site marchand, quel(s) élément(s) peuvent faciliter vos achats en ligne ?

RÉPONSES CLASSÉES PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE

- 1 Un moteur de recherche plus pertinent
- 2 Des filtres précis et utiles pour décrire mon besoin
- 3 Un menu plus clair, explicite, précis
- 4 Des recommandations de produits pertinentes, qui me correspondent



- Un moteur de recherche plus pertinent
- Des filtres précis et utiles pour décrire mon besoin
- Un menu plus clair, explicite, précis
- Des recommandations de produits pertinentes, qui me correspondent

1

2

1

2

1

2

3

4

3

4

3

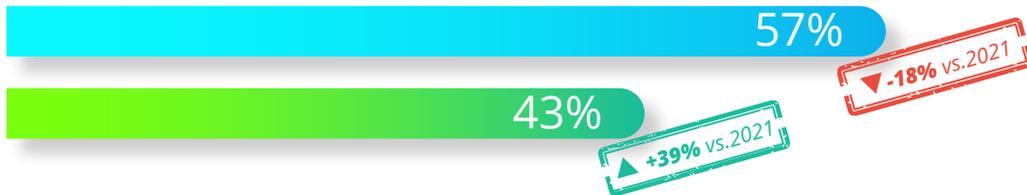
4

Selon les situations, naviguez-vous via le menu ou tapez-vous des mots dans la barre de recherche du site ? (1/2)

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE

Navigation **Moteur de recherche**

Je souhaite découvrir l'étendue de l'offre



J'effectue un achat compulsif



Je cherche un produit précis



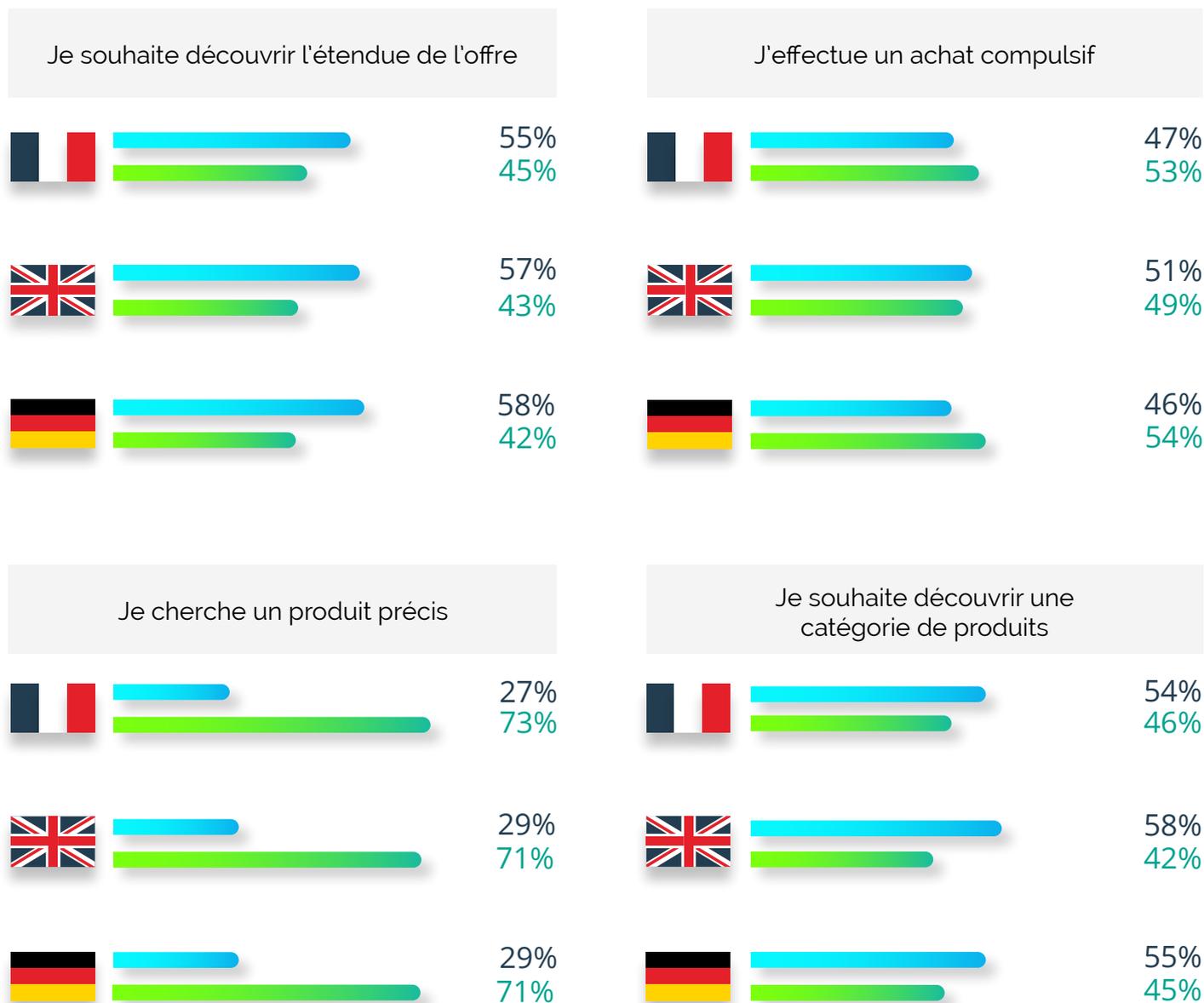
Je souhaite découvrir une catégorie de produits



Selon les situations, naviguez-vous via le menu ou tapez-vous des mots dans la barre de recherche du site ? (2/2)

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE

Navigation **Moteur de recherche**

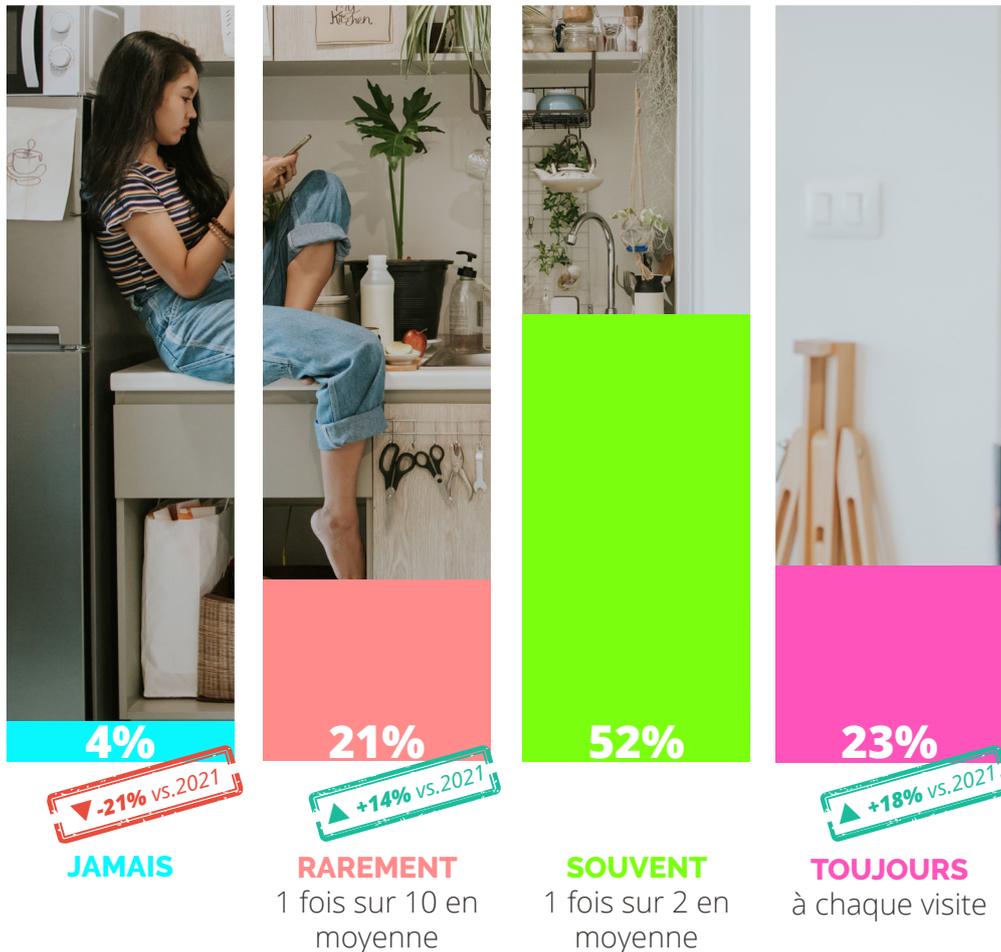


J'aimerais que la barre de recherche comprenne exactement le produit recherché.



A quelle fréquence avez-vous recours à la recherche par mots-clés pour voir les produits qui pourraient vous intéresser ?

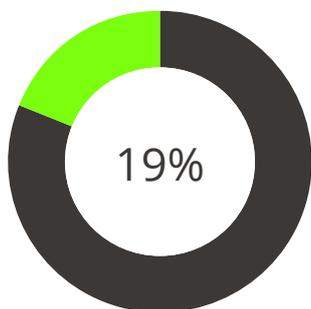
RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



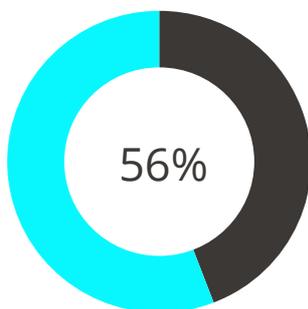
	France	United Kingdom	Germany
Jamais	6%	2%	4%
Rarement (1 fois sur 10 en moyenne)	20%	24%	19%
Souvent (1 fois sur 2 en moyenne)	50%	51%	55%
Toujours (à chaque visite)	24%	23%	22%

Lorsque vous recherchez un produit via la barre de recherche du site, vous tapez principalement :

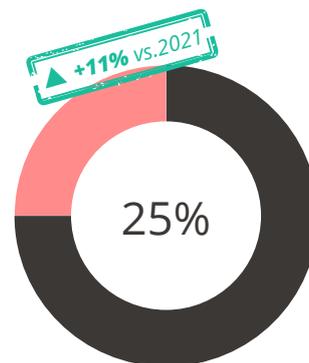
RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



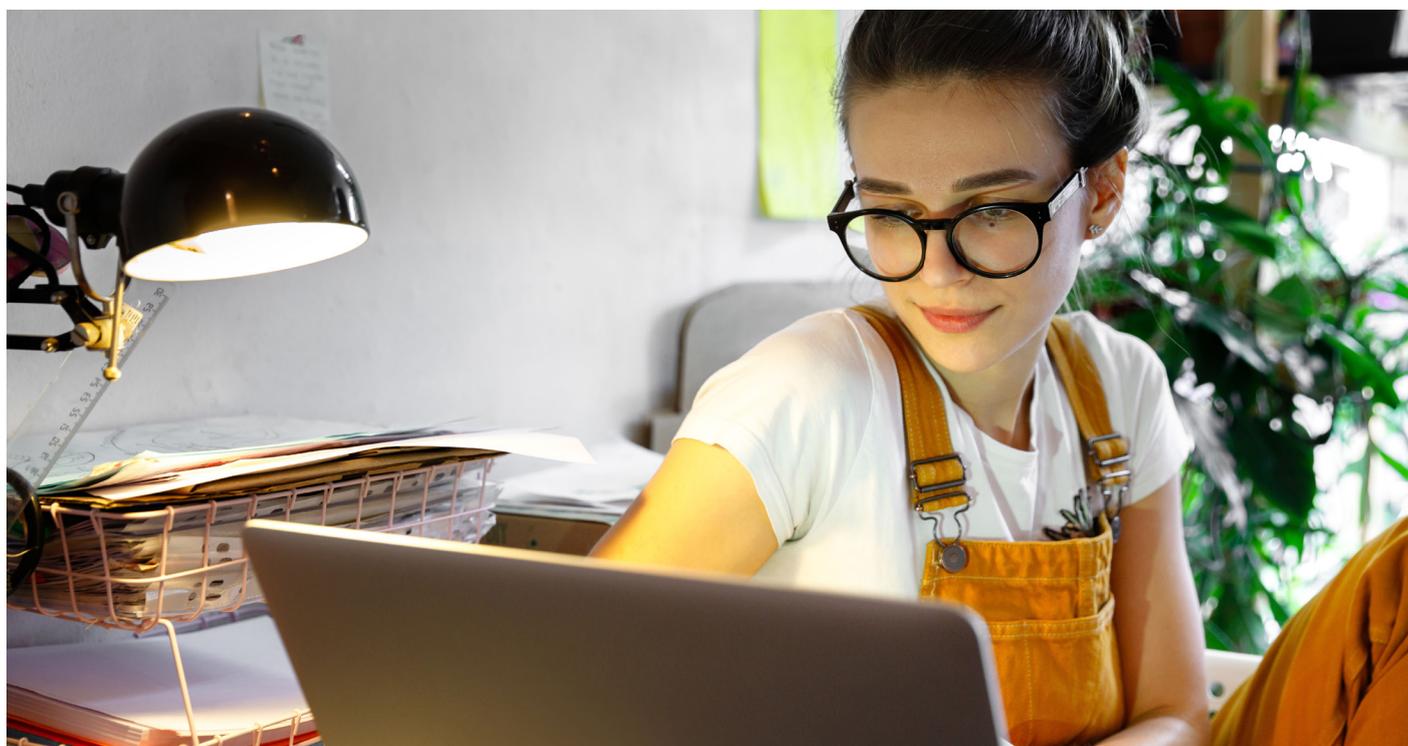
Un seul mot
(exemple : Robe)



Deux à trois mots
(exemple : Robe noire)



Une expression complète
(exemple : Robe noire
de soirée taille M)



Un seul mot (exemple : Robe)	19%	16%	24%
Deux à trois mots (exemple : Robe noire)	51%	65%	51%
Une expression complète (exemple : Robe noire de soirée taille M)	30%	19%	25%

Sur votre mobile, lorsque vous recherchez des produits en tapant des mots dans la barre de recherche, en quoi votre comportement est-il différent ?

RÉPONSE À CHOIX MULTIPLES

Mes recherches sont plus précises

25%

Mes recherches sont plus larges

15%

J'utilise plus fréquemment la fonction de recherche

12%

J'utilise systématiquement la fonction de recherche

10%

Mon comportement est similaire

51%

▼ -11% vs.2021

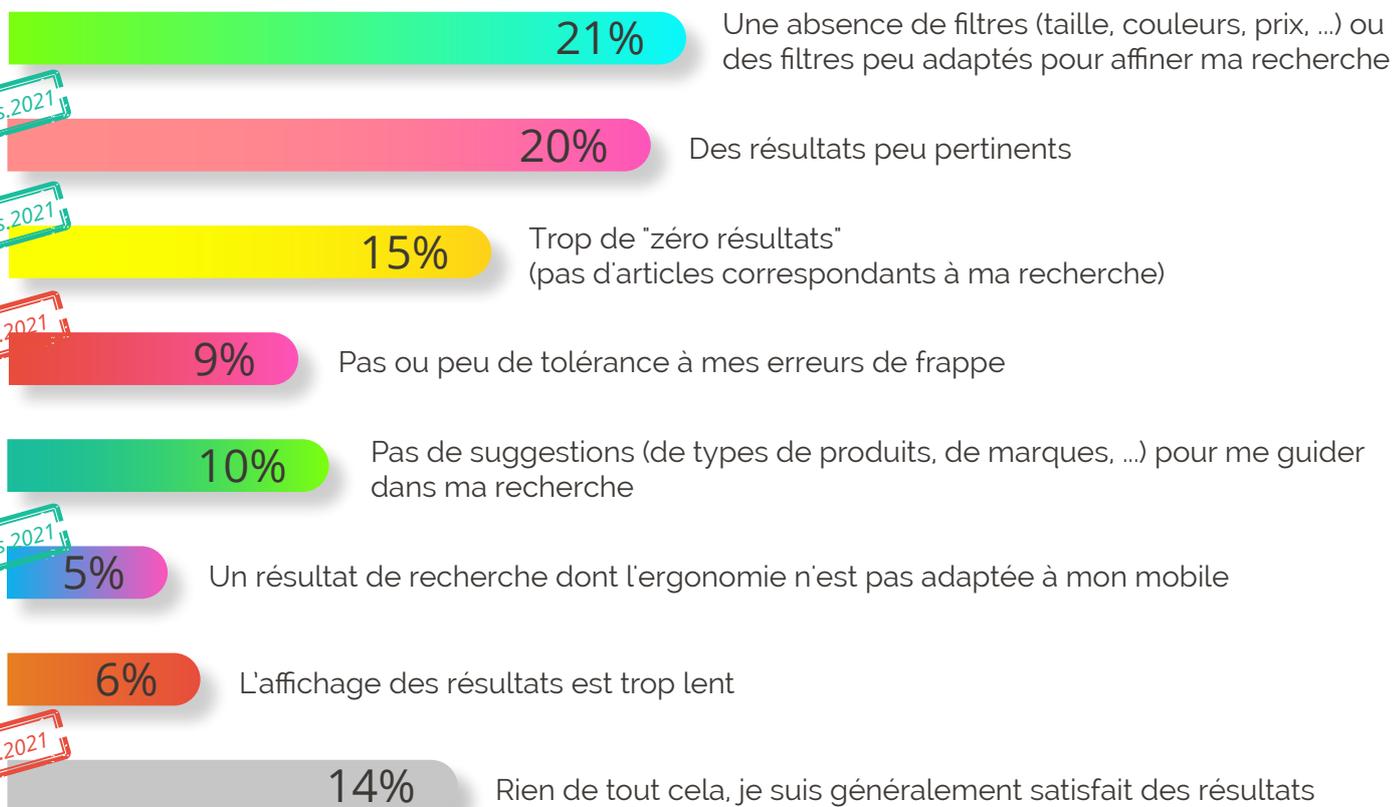
▲ +53% vs.2021



	France	United Kingdom	Germany
Mes recherches sont plus précises	26%	28%	21%
Mes recherches sont plus larges	12%	14%	21%
J'utilise plus fréquemment la fonction de recherche	13%	12%	12%
J'utilise systématiquement la fonction de recherche	13%	7%	10%
Mon comportement est similaire	49%	53%	53%

Que reprochez-vous principalement à la recherche de produits par mots-clés sur les sites marchands ? (1/2)

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



Lorsque l'on demande ce qui ennuie le plus lors d'une recherche de produit sur un site e-commerce :



Que reprochez-vous principalement à la recherche de produits par mots-clés sur les sites marchands ? (2/2)

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



Une absence de filtres (taille, couleurs, prix, ...) ou des filtres peu adaptés pour affiner ma recherche	17%	23%	22%
Des résultats peu pertinents	21%	26%	14%
Trop de «zéro résultats» (pas d'articles correspondants à ma recherche)	16%	17%	13%
Pas ou peu de tolérance à mes erreurs de frappe	8%	7%	12%
Pas de suggestions (de types de produits, de marques, ...) pour me guider dans ma recherche	9%	9%	11%
Un résultat de recherche dont l'ergonomie n'est pas adaptée à mon mobile	4%	4%	6%
L'affichage des résultats est trop lent	6%	8%	5%
Rien de tout cela, je suis généralement satisfait des résultats	19%	6%	17%

Qu'attendez-vous de la recherche par mots-clés sur un site e-commerce ?

RÉPONSES CLASSÉES PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE

- 1 Qu'elle remonte des résultats précis
- 2 Qu'elle me guide vers le bon produit
- 3 Qu'elle se souvienne de moi
- 4 Que je puisse trouver des produits en partageant la photo de ce que je recherche
- 5 Que je puisse rechercher en utilisant la voix



Qu'elle remonte des résultats précis	1	1	1
Qu'elle me guide vers le bon produit	2	2	2
Qu'elle se souvienne de moi	3	3	3
Que je puisse trouver des produits en partageant la photo de ce que je recherche	4	5	4
Que je puisse rechercher en utilisant la voix	5	4	5

Sur Mobile, Qu'attendez-vous de la recherche par mots-clés sur un site e-commerce ?

RÉPONSES CLASSÉES PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE

Sur Mobile

1

Qu'elle remonte des résultats précis

2

Qu'elle me guide vers le bon produit

3

Qu'elle se souviene de moi

4

Que je puisse trouver des produits en partageant la photo de ce que je recherche

5

Que je puisse rechercher en utilisant la voix

En Général

1

Qu'elle remonte des résultats précis

2

Qu'elle me guide vers le bon produit

3

Qu'elle se souviene de moi

4

Que je puisse trouver des produits en partageant la photo de ce que je recherche

5

Que je puisse rechercher en utilisant la voix



Qu'elle remonte des résultats précis

1

1

1

Qu'elle me guide vers le bon produit

2

2

2

Qu'elle se souviene de moi

3

3

3

Que je puisse trouver des produits en partageant la photo de ce que je recherche

4

5

4

Que je puisse rechercher en utilisant la voix

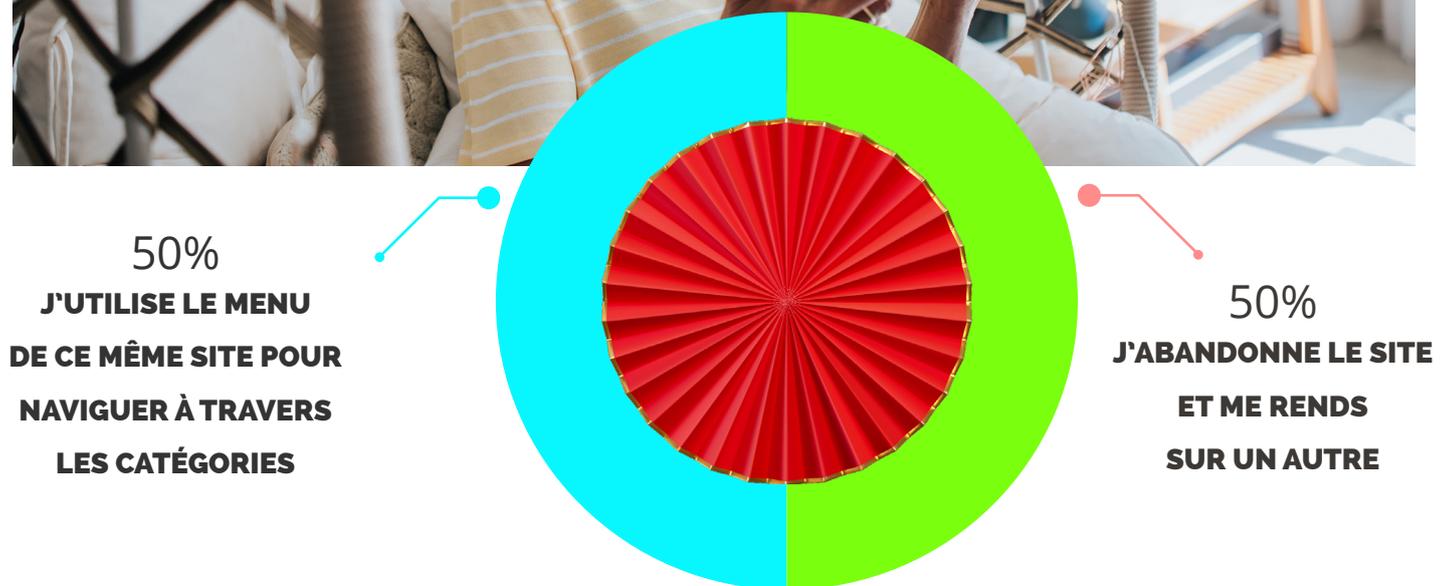
5

4

5

Lorsque le moteur de recherche d'un site e-commerce ne renvoie pas de résultats satisfaisants, que faites-vous ?

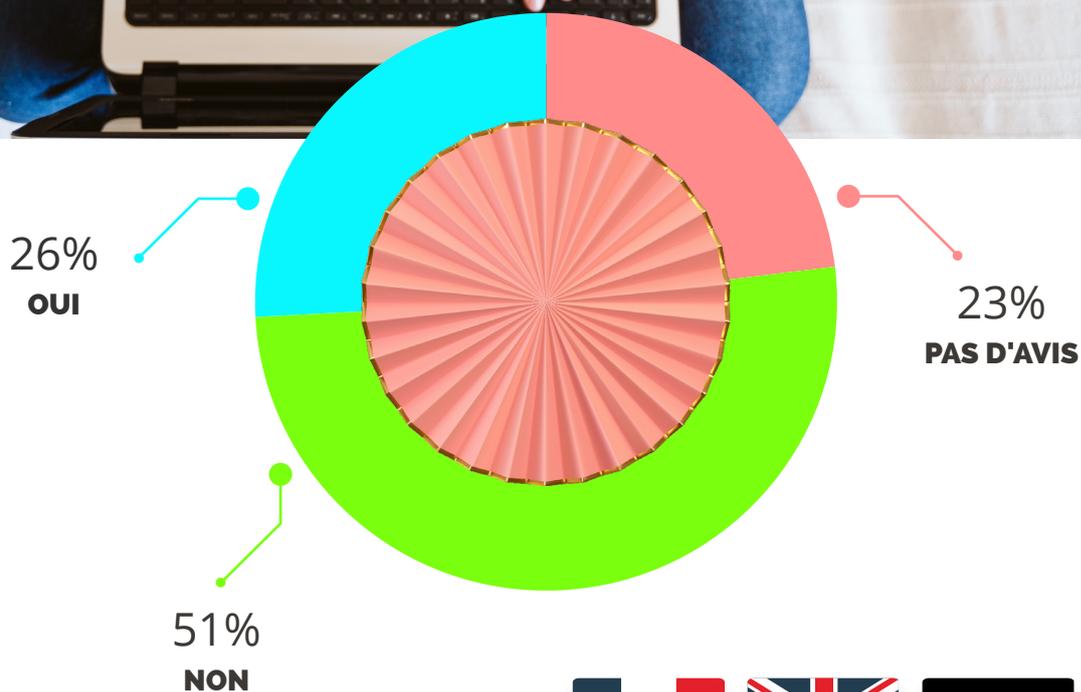
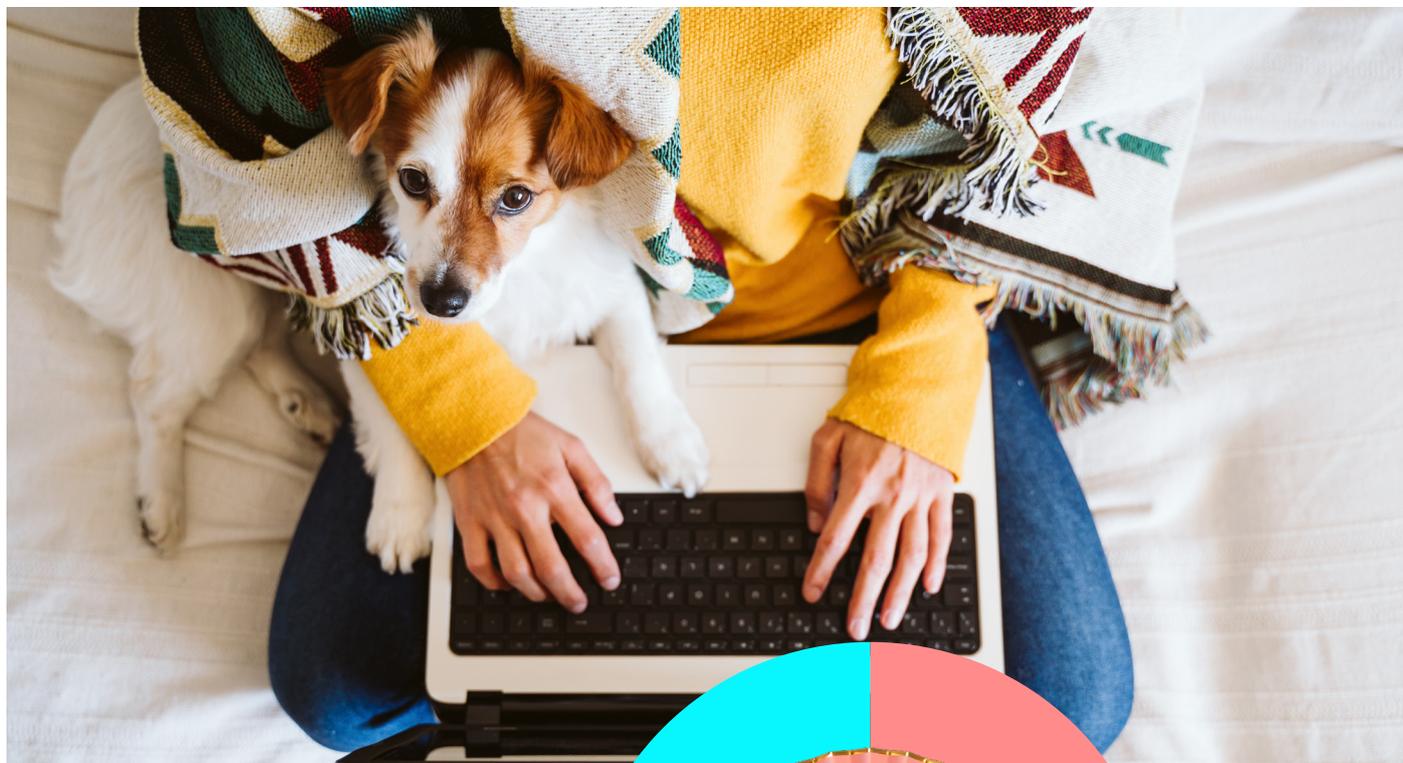
RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



J'utilise le menu de ce même site pour naviguer à travers les catégories	50%	51%	49%
J'abandonne le site et me rends sur un autre	50%	49%	51%

Sur les douze derniers mois, avez-vous perçu des améliorations concernant le fonctionnement de la recherche par mots-clés sur les sites e-commerce que vous avez l'habitude de fréquenter ?

RÉPONSE À CHOIX UNIQUE



Oui	20%	30%	29%
Non	51%	46%	55%
Pas d'avis	29%	23%	16%

QU'EST CE QUI VOUS ENNUIE LE PLUS LORSQUE VOUS DEVEZ RECHERCHER UN PRODUIT SUR UN SITE E-COMMERCE ?

RÉPONSES OUVERTES*



<< Devoir parcourir de nombreuses pages inutiles. >>

<< Obtenir de mauvais résultats ou des frais de livraison trop élevés. >>

<< Ne pas trouver le produit à cause de problèmes techniques alors que je sais que l'enseigne l'a. >>

<< Que le site n'utilise pas mes mots. >>

<< Le choix trop pléthorique des marketplaces. Souvent, les produits que je cherche sont indisponibles. >>

<< Le fait que le site ne me montre pas les produits que je recherche mais toute une gamme d'articles que l'enseigne veut me vendre. >>

<< le nombre de résultats qui doit être filtré à nouveau par des périmètres de recherche plus spécifiques. >>

<< Obtenir trop d'informations à lire, cela prend beaucoup de temps. >>

<< Devoir taper une longue explication pour ne trouver aucun résultat. >>

QU'EST-CE QUI VOUS FERAIT UTILISER PLUS RÉGULIÈREMENT LA BARRE DE RECHERCHE (RECHERCHE PAR MOTS-CLÉS) SUR UN SITE E-COMMERCE ?

RÉPONSES OUVERTES*



« J'aimerais que la barre de recherche nous guide et pas l'inverse. Avec l'intelligence artificielle, on y arrivera. »

« Obtenir des produits qui me correspondent. »

« La compréhension parfaite de ce que je recherche. »

« J'apprécierais que l'on me propose d'autres termes lorsque ma recherche est infructueuse. »

« J'aurais envie que la recherche soit plus ciblée. »

« Des résultats de recherche précis basés sur un petit mot-clé et des informations, ce qui permet d'être rapide et efficace. »

« Une meilleure tolérance aux fautes d'orthographe. »

« Je voudrais être sûr d'obtenir les résultats exacts que j'espère. »

« Si je sais que les résultats sont ciblés sur ce que je recherche. Par exemple, moins de résultats mais plus pertinents par rapport à ce que je veux. »

« Approfondir les résultats pour obtenir des informations plus spécifiques telles que la couleur, la capacité, le prix, du plus bas au plus élevé, etc. »



A propos de Sensefuel

Sensefuel transforme la recherche e-commerce des marques et enseignes en une expérience personnelle et captivante. Moteur de vente one2one, notre technologie exclusive accélère la performance commerciale on-line des retailers et pure players en proposant à leurs millions de clients des résultats de recherche alignés avec les désirs et préférences de chacun d'entre eux.

Fondé en 2017, Sensefuel compte désormais plus de **100 clients à travers l'Europe**. Leurs équipes e-merchandising utilisent notre technologie afin de créer simplement des expériences en ligne intégralement individualisées et de faire du digital un canal créateur de valeur.

Sensefuel dispose d'une équipe à l'expertise éprouvée dans le commerce de détail et l'intelligence artificielle. Avec **plus de 50 ans d'expérience accumulée dans les opérations de vente au détail physiques et en ligne**, nous avons une compréhension complète du fonctionnement du secteur et des défis auxquels il est confronté.



Un moteur de vente
one2one



Des expériences
personnelles & captivantes



Un accélérateur de
performance commerciale



5 rue Hergé, 59650 Villeneuve-d'Ascq

+33 9 72 80 47 27

contact@sensefuel.com

www.sensefuel.com

