

# Baromètre Expérience Client Digitale - Luxe

## Méthodologie

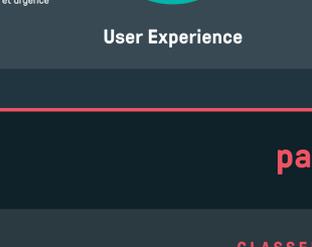
**43** marques étudiées

sous **10** catégories de critères en prenant en compte la maturité digitale et l'expérience utilisateur

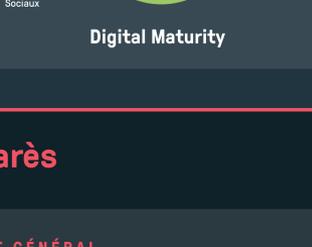
**+70** critères audités



Mesurés en France par des outils de référence et des consultants spécialisés en Expérience Client dans le secteur du Luxe



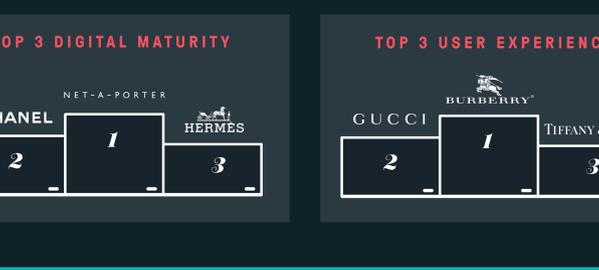
**User Experience**



**Digital Maturity**

## palmarès

### CLASSEMENT GÉNÉRAL



### TOP 3 DIGITAL MATURITY



### TOP 3 USER EXPERIENCE



## user experience

### PROPOSITION DE VALEUR



**86%** des sites présentent l'histoire de la marque et le savoir-faire

Seulement

**23%**

des sites permettent de prendre rendez-vous en boutique



**63%** des marques proposent la vente en ligne

Ce service concerne 80% des marques multi-catégorielles et 31% de la catégorie horlogerie-joaillerie

**52%** des marques vendant en ligne seulement offrent la livraison

Ce service concerne 40% des sites multi-catégories vs. 100% des horlogerie-joaillerie et 100% des pure players

### LA PERSONNALISATION

La personnalisation est proposée par **35%** des marques, via 3 offres principales :

#### GRAVURE



**80%**

des marques offrant ce type de service additionnel

soit 28% des marques sur l'ensemble du baromètre

#### PERSONNALISATION TOUS PRODUITS



**40%**

des marques offrant ce type de service additionnel

soit 14% des marques sur l'ensemble du baromètre

#### SUR-MESURE



**33%**

des marques offrant ce type de service additionnel

soit 12% des marques sur l'ensemble du baromètre

A NOTER EGALMENT **100%** des sites de la catégorie horlogerie-joaillerie le proposent contre 40% des sites multi-catégories

## CLARTÉ DE L'OFFRE



**72%** seulement des marques présentent plusieurs images pour un même produit.

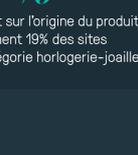
**93%** pour les sites avec e-commerce

**100%** des pure players

Seulement

**47%**

des sites présentent des images du produit porté



**37%**

informent sur l'origine du produit et seulement 19% des sites de la catégorie horlogerie-joaillerie

## DISPONIBILITÉ & URGENCE



**59%**

des sites proposent la livraison sous 24h

tirée par la performance des pure players qui le proposent tous.

Seules 3 marques rassurent sur la possibilité de remboursement ou d'échange en boutique :

CHAUMET BURBERRY LOUIS VUITTON



Encore

**21%**

des sites n'ont pas de store locator avec heures d'ouverture en boutique

LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS EN BOUTIQUE commence à apparaître, mais elles ne concernent encore que 5 marques :

ALEXANDER MQUEEN BALenciAGA GUCCI SAINT LAURENT MARC JACOBS

Seules 5 marques proposent le « CLICK & COLLECT »

BURBERRY FENDI HERMÈS LOUIS VUITTON FARFETCH

## ANXIÉTÉ



**21%** des sites proposent le retour gratuit

**100%** des pure players



Pour

**16%**

des sites tous confondus, le service client n'est pas visible !

02 96 94 77 59

**59%**

des sites mettent en place un numéro d'appel gratuit avec horaires du centre d'appel

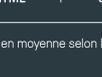


La barre de recherche dynamique est proposée PAR LA MOITIÉ SEULEMENT DES SITES

En revanche, elle est présente chez **100%** des pure players

## digital maturity

### OPTIMISATION DU CODE



**92**

erreurs HTML

**252**

erreurs CSS

par page en moyenne selon les critères W3C



**0,37"**

Temps moyen de réponse serveur

**59/100**



Google PageSpeed (contre 89/100 en e-commerce alimentaire)

HERMÈS

HARRY WINSTON

Présentent le code le mieux adapté pour les personnes en situation de handicap



La note moyenne de l'outil Tanaguru - accessibilité pour les personnes en situation de handicap - est **faible** :

**50/100** Tanaguru

**TOUS LES ACTEURS** utilisent une solution de **web analytics**

**12%** des enseignes utilisent un outil d'AB testing



Les pure players montrent la plus grande maturité en webanalyse

FARFETCH NET-A-PORTER

**30%**

des enseignes ne respectant pas la CNIL en termes de politique de cookies



**58%**

utilisent un outil de Tag Management

### MULTI DEVICE



**33%**

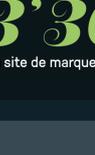
des sites ne sont pas en responsive design



**60%**

des marques n'ont aucune application mobile iOS ou Android

### PRÉSENCE WEB



Un internaute passe en moyenne

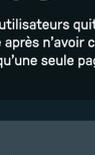
**3'36**

sur un site de marque de luxe



**4,85**

pages vues en moyenne par visite



**28%**

des utilisateurs quittent un site après n'avoir consulté qu'une seule page

LOUIS VUITTON

Louis Vuitton présente le meilleur engagement utilisateur avec **13,8 pages vues par session** et une visite en moyenne de **5'44**

### RÉSEAUX SOCIAUX



**76%** des marques sont présentes sur les 6 réseaux sociaux étudiés

MEILLEURE PERFORMANCE : CHANEL

16 042 080 likes

10 200 000 followers

11 200 000 followers



Les maisons multi-catégorielles ont en moyenne **2X** plus de followers sur Instagram que les marques d'horlogerie-joaillerie

**2 511 421**

Followers moyen sur Instagram