

Baromètre Expérience Client Digitale - Sport

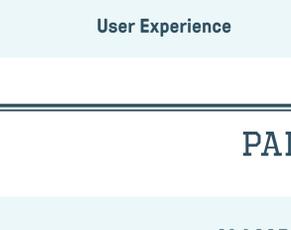
MÉTHODOLOGIE

52 sites étudiés grâce à 10 catégories de critères en prenant en compte la maturité digitale et l'expérience utilisateur

+70 critères audités



Mesures réalisées par des outils de référence et des consultants spécialisés en Expérience Client dans le secteur du Sport



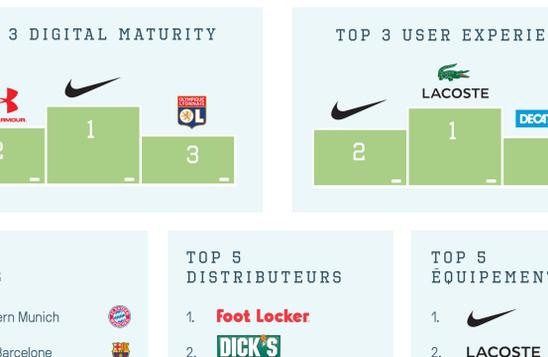
User Experience



Digital Maturity

PALMARÈS

CLASSEMENT GÉNÉRAL



TOP 3 DIGITAL MATURITY



TOP 3 USER EXPERIENCE



TOP 5 CLUBS

1. Bayern Munich
2. FC Barcelone
3. PSG
4. Manchester United
5. Real Madrid

TOP 5 DISTRIBUTEURS

1. Foot Locker
2. Dick's Sporting Goods
3. Decathlon
4. Zumiez
5. Sports Direct

TOP 5 ÉQUIPEMENTIERS

1. Nike
2. Lacoste
3. Quiksilver
4. Under Armour
5. Adidas

USER EXPERIENCE

OFFRE DE SERVICE

90% des sites présentent les actualités de la marque (nouveaux produits, événements...)

35% des sites proposent un programme de fidélité

73% des entreprises étudiées ont une section outlet/promotion

57% pour les distributeurs

25% pour les équipementiers

48% des marques proposent la personnalisation des produits soit 37% de plus que dans le luxe

1 ENTREPRISE SUR 5 ne présente pas d'information sur le produit vendu (utilisation, technologie, description...)

63% des clubs proposent la personnalisation

15% des entreprises ne proposent pas de e-commerce. Les clubs sont les plus matures : 90% en proposent

Un peu plus de **LA MOITIÉ** ont un site multilingue

E-COMMERCE

UNE MARQUE SUR CINQ ne présente qu'une image du produit vendu

Seulement **25%** des enseignes proposent des avis utilisateurs

Seulement **42%** des marques présentent des images du produit porté

Seulement **44%** ont un site e-commerce intégré

62% proposent une barre de recherche dynamique

UNE ENTREPRISE SUR HUIT propose un « social login » pour créer son compte utilisateur

Un peu moins de **LA MOITIÉ** offrent les frais de port sous certaines conditions

33% des sites proposent la livraison express (48h ou moins)

Seuls **2/5 DES SITES** proposent le « guest checkout »

Seulement **8%** proposent la possibilité d'utiliser un emballage cadeau

OMNICAL

QUINZE SITES proposent le « Click & Collect » contre 5 dans le secteur luxe

Encore **33%** des sites n'ont pas de store locator avec les heures d'ouverture en boutique

17% seulement montrent la disponibilité du produit en boutique

Seuls **21%** alertent par email de la disponibilité du produit

50% des sites proposent le retour gratuit contre 81% dans le luxe

UNE MARQUE SUR QUATRE propose un échange en boutique

67% des sites mettent en place un site après n'avoir consulté avec horaires du centre d'appel

DIGITAL MATURITY

TECHNICITÉ

65 | 138 erreurs HTML | erreurs CSS sur la page d'accueil en moyenne selon les critères W3C. En moyenne, 50% moins d'erreurs que dans le luxe!

0,48' Temps moyen de réponse serveur

62/100 Google PageSpeed

contre 89/100 en e-commerce alimentaire

50/100 Tanaguru

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

56% utilisent un outil de Tag Management

17% des enseignes utilisent un outil d'AB Testing

TOUS LES ACTEURS utilisent un outil de web analytics

Les clubs sont les moins matures en AB testing, seul l'Olympique Lyonnais possède un outil

Nike, Lacoste, Olympique Lyonnais, Hummel, Courir, Asics montrent la plus grande maturité en analytics et vie privée

MOBILE ET WEB

19% des sites ne sont pas responsive contre 33% dans le luxe

13 entreprises n'ont aucune application mobile iOS ou Android

87% des sites web des équipementiers sont responsive, ils sont les plus matures sur ce sujet

Le système d'exploitation le mieux représenté est iOS avec 73% des acteurs ayant une app

Un internaute passe en moyenne **3'44** par visite

4,23 pages vues en moyenne par visite

34% des utilisateurs quittent un site après n'avoir consulté qu'une seule page

SPORTS DIRECT Le distributeur anglais Sports Direct présente le meilleur engagement avec 9,44 pages vues par sessions et une visite moyenne de 10'45

Les distributeurs présentent en moyenne un excellent taux de rebond, il est inférieur à 30% pour 78% d'entre eux

RÉSEAUX SOCIAUX

36% des marques sont présentes sur les 6 réseaux sociaux étudiés contre 76% dans le luxe

LES MEILLEURES PERFORMANCES

10 151 230 likes par page Facebook en moyenne

93 659 622 likes

3 580 576 followers Instagram en moyenne. Contre 2 369 9297 dans le luxe

54 900 000 followers

1 401 226 abonnés Twitter en moyenne

18 400 000 followers

3/4 des entreprises sont actives quotidiennement sur les réseaux sociaux

2 378 454 followers

Les équipementiers sont les plus matures : 62,50% ont plus de 1 million de likes sur Facebook

Les distributeurs sont à la traîne sur les réseaux sociaux, ils représentent seulement 3 des 23 entreprises étudiées qui ont plus de 1 million de likes sur Facebook