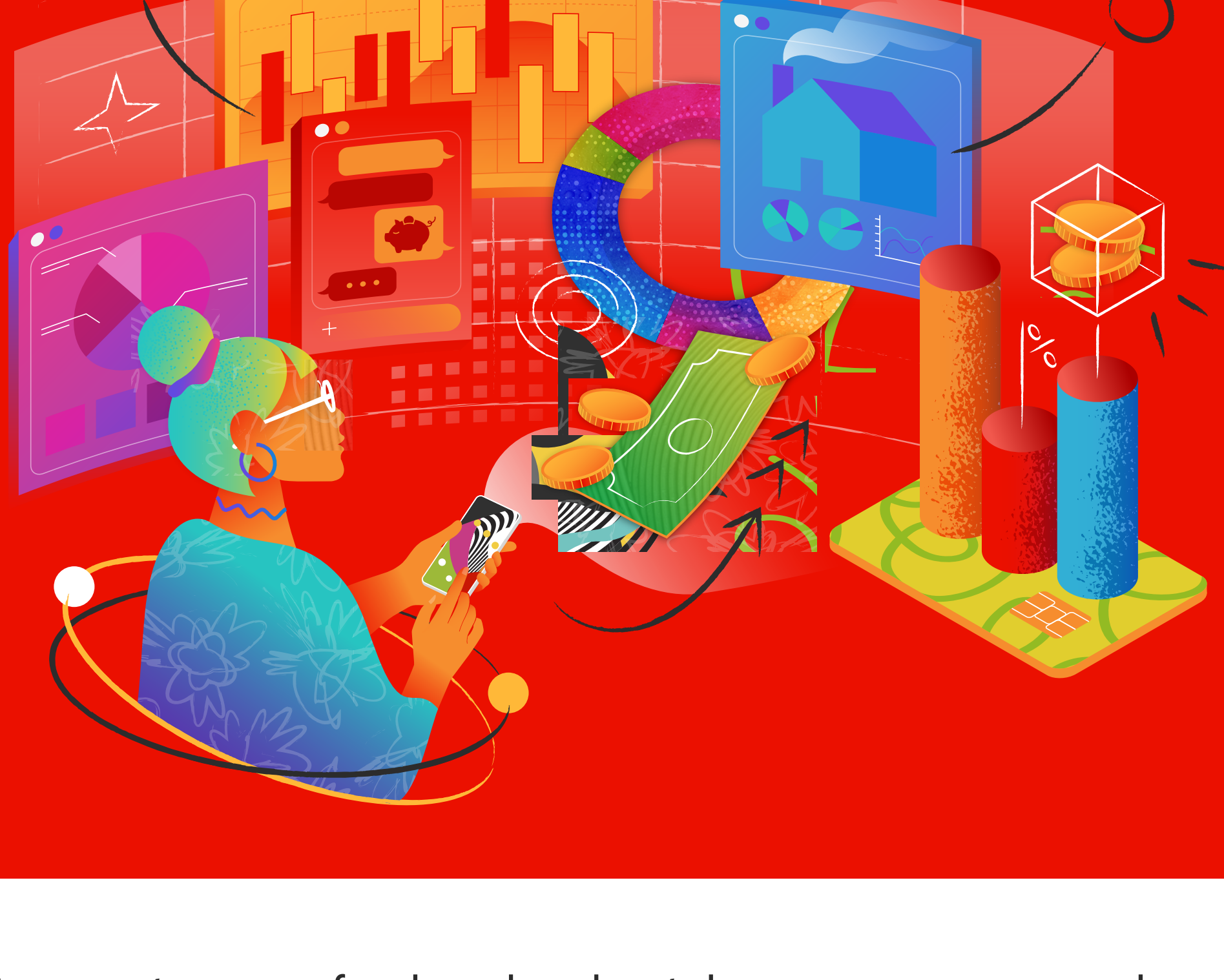


L'intelligence au service des expériences d'achat

Améliorer les parcours d'achat dans un monde omnicanal



Les entreprises, tous secteurs confondus, cherchent de nouveaux moyens de personnaliser et déployer rapidement les contenus pour accroître leur chiffre d'affaires et offrir des expériences différenciées. Pour parvenir à un tel résultat dans le secteur ultraconcurrentiel du e-commerce, elles ont besoin d'accéder à des insights détaillés sur les clients, de suivre les tendances et de créer des expériences unifiées sur tous les canaux.

Nous avons interrogé plus de 100 responsables B2B spécialisés dans l'expérience client, le e-commerce, le marketing et le digital afin de savoir ce que leur entreprise devrait faire pour séduire et conquérir les clients.

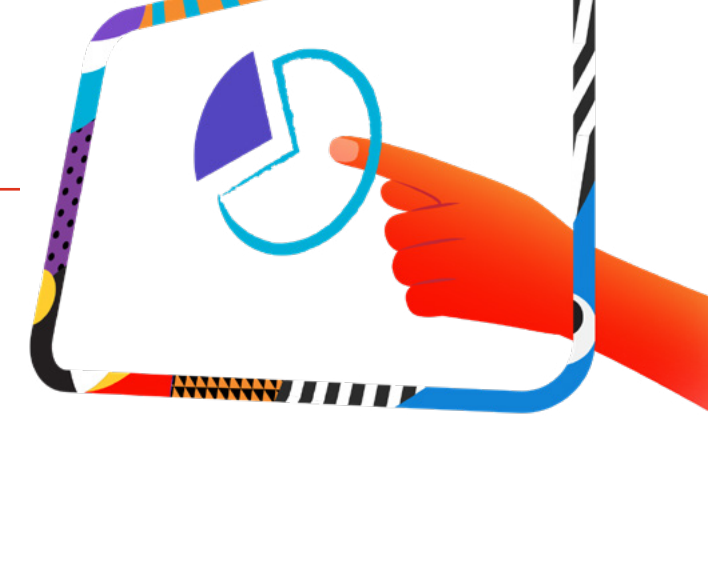
Voici les résultats de cette enquête.



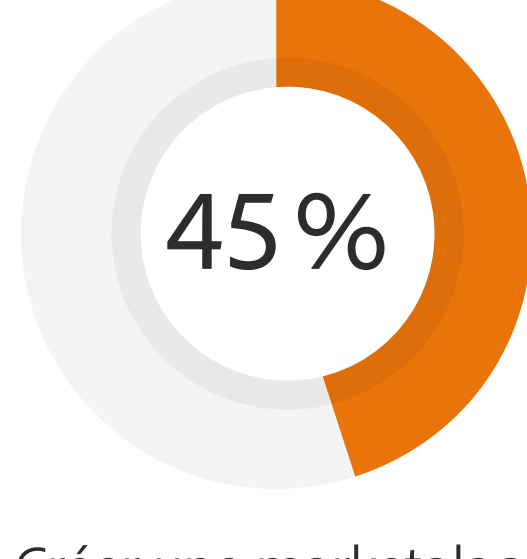
Les priorités changent.

Les clients veulent des parcours d'achat personnalisés, rapides et fiables, et cette tendance va s'intensifier. Les entreprises doivent donc déployer des sites de commerce en ligne capables de répondre à ces attentes.

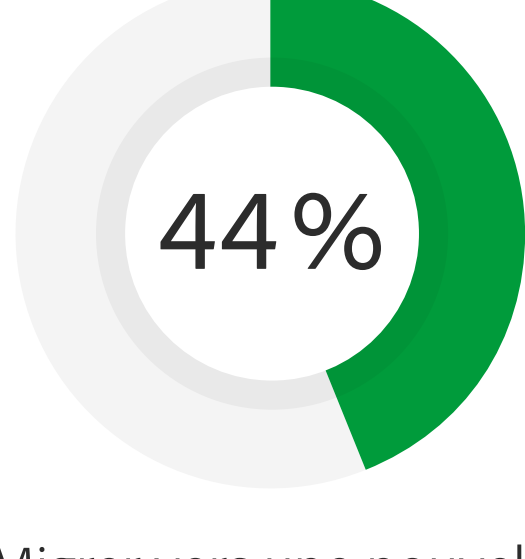
En 2022, la refonte du modèle d'achat en ligne fait déjà partie des priorités des entreprises B2B.



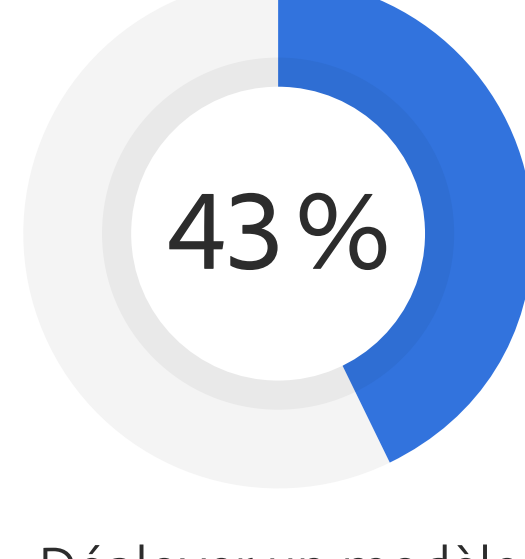
Quelles seront les priorités de votre entreprise B2B au cours des 12 prochains mois ?



Créer une marketplace verticale sur mesure

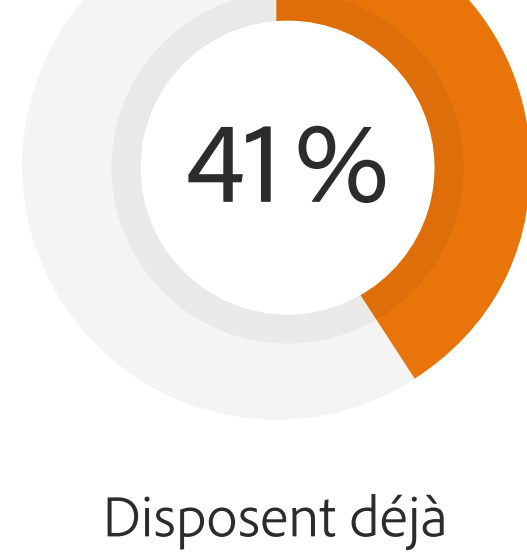


Migrer vers une nouvelle plateforme de e-commerce

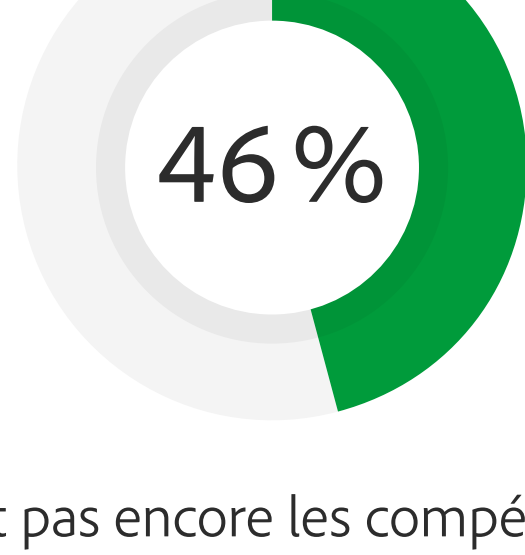


Déployer un modèle commercial B2B et B2C hybride

Moins de la moitié des entreprises possèdent déjà les ressources et compétences requises pour gérer de nouveaux projets de e-commerce.



Disposent déjà des compétences en interne



N'ont pas encore les compétences et sont en train de recruter pour combler les lacunes



Ne sont pas encore prêtes et doivent acquérir les bonnes compétences

En termes d'investissement technologique, les plateformes de e-commerce arrivent en tête des priorités.

2 entreprises sur 3 ont investi dans une nouvelle plateforme de e-commerce ou prévoient de le faire au cours des 12 prochains mois.

Seulement **5 %** des entreprises n'envisagent pas du tout un tel investissement à court ou long terme.

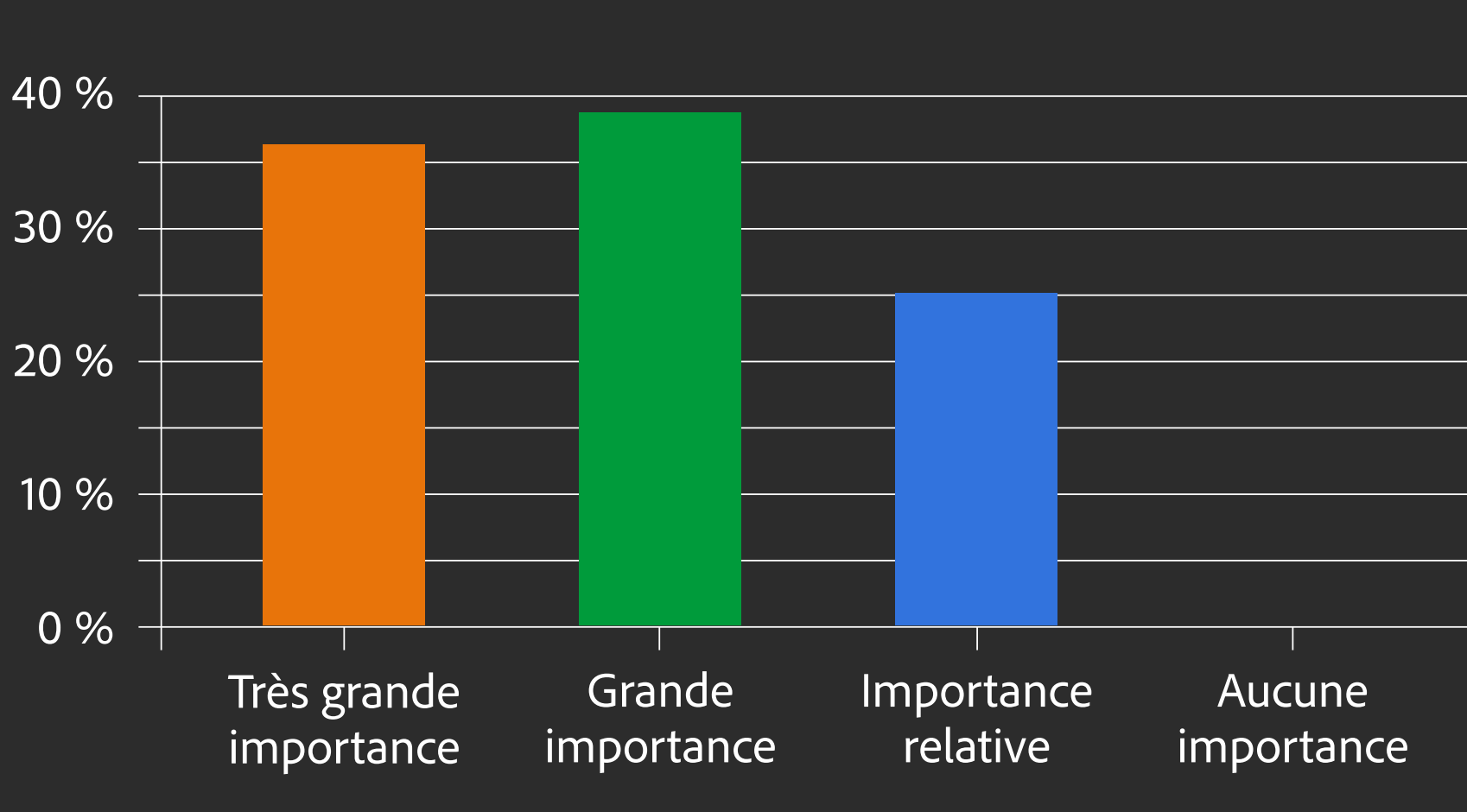
Qu'est-ce qu'Adobe Commerce ?

Avec Adobe Commerce, vous pouvez opter pour un modèle de e-commerce moderne et pérenne. Cette solution vous permet de repenser entièrement votre environnement marketing et commercial, de la création de catalogues aux paiements, via une seule plateforme. Vous pouvez ainsi déployer des expériences d'achat multicanal et opérer votre transformation digitale.

Le client est (toujours) roi.

Chaque entreprise a conscience de l'impact d'une expérience client satisfaisante sur son chiffre d'affaires et son développement.

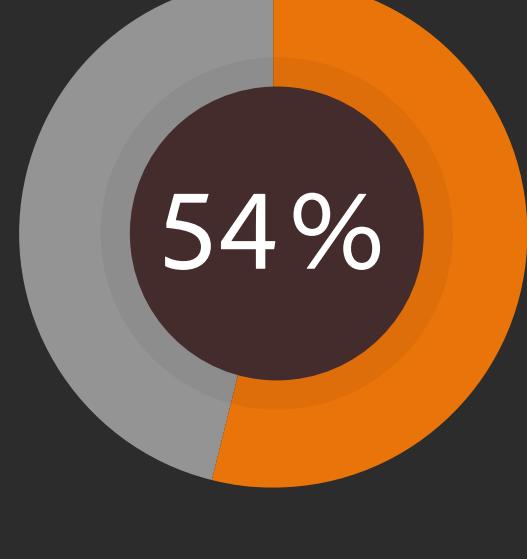
Quelle importance accordez-vous aux préférences client dans votre approche de l'expérience client ?



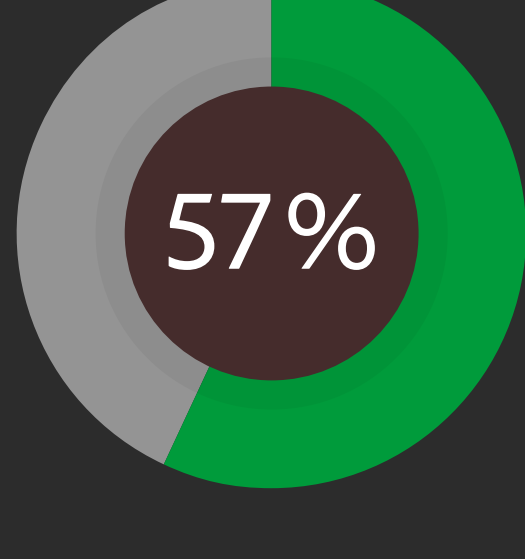
Il n'est pas simple de déployer des expériences différenciées qui boostent les ventes et séduisent les clients. Ces derniers empruntent des parcours différents sur de nombreux canaux et appareils et s'attendent à ce que les marques tiennent compte de leurs préférences et leur proposent des expériences sur mesure.

Plus d'un tiers des entreprises B2B n'ont pas encore adopté une approche omnicanal de l'expérience client.

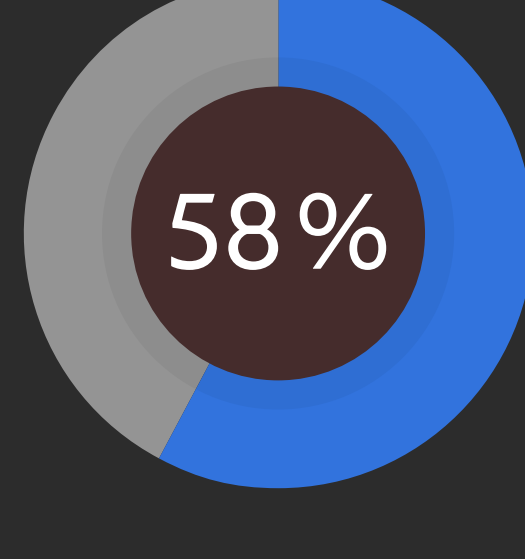
Plus de la moitié des leaders avec lesquels nous nous sommes entretenus déclarent avoir du mal à personnaliser leur offre dans plusieurs domaines.



Expériences personnalisées



Contenu personnalisé

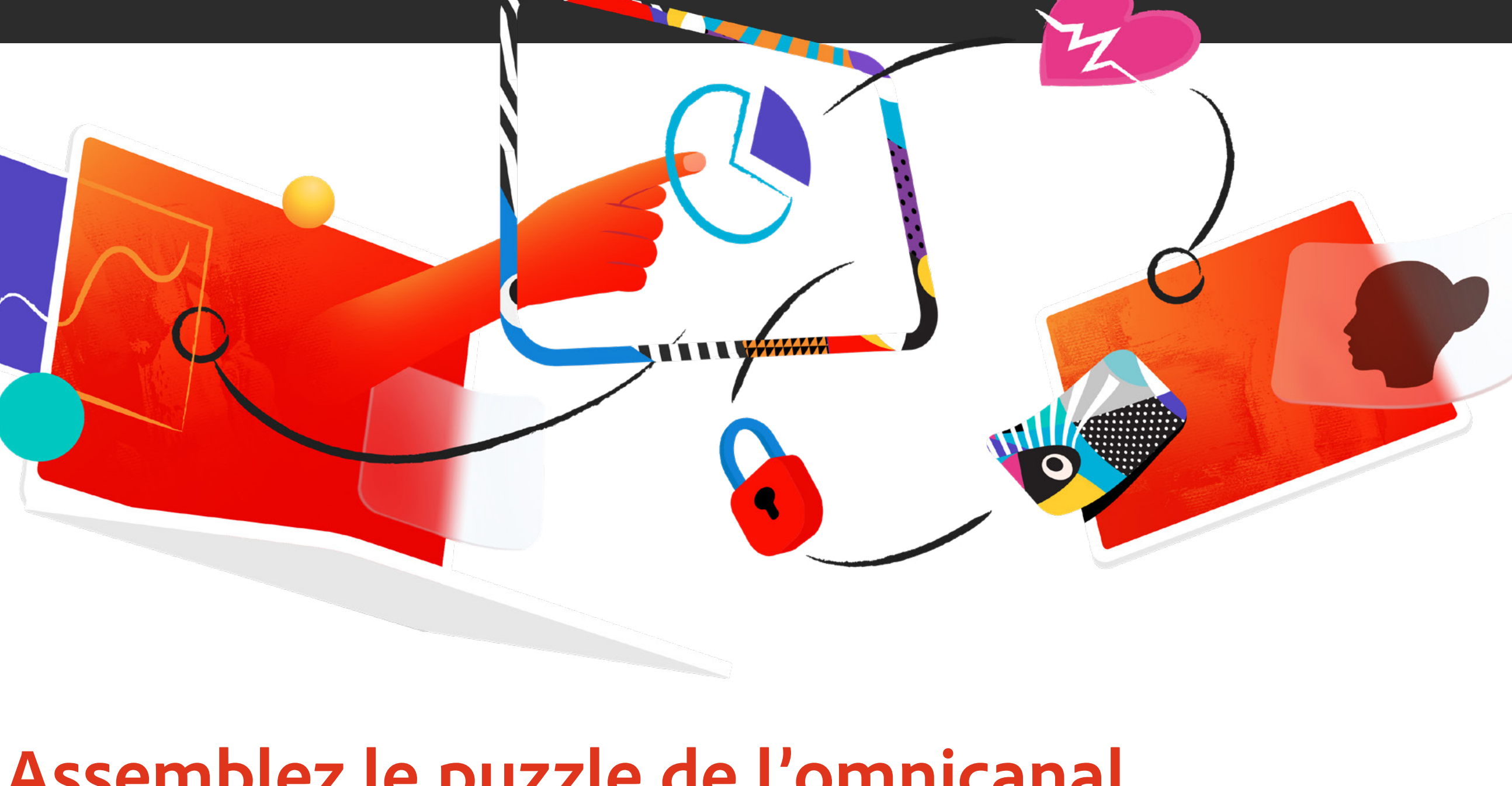


Recherche personnalisée

La cohérence est un facteur clé.

Adobe Commerce met à votre disposition une plateforme de commerce d'une grande souplesse. Vous pouvez élaborer et adapter des expériences cohérentes sur plusieurs canaux en utilisant de nouvelles technologies pour simplifier le parcours d'achat en ligne, créer de nouvelles vitrines et gérer facilement les commandes et leur traitement.

- API standard
- Évolutivité dans le cloud
- Cœur modulaire extensible
- Souplesse illimitée



Assemblez le puzzle de l'omnicanal.

Un modèle omnicanal vous permet de regrouper les canaux, les marques et les plateformes, et donc d'accéder aux données et aux insights sur les clients depuis un seul emplacement.

Vous pouvez ensuite utiliser ces données pour cerner et anticiper les comportements des clients sur tous les canaux d'interaction. Les entreprises considèrent déjà l'analytics comme une discipline dans laquelle investir.

65 % des entreprises prévoient d'investir dans l'analytics des données au cours des 12 prochains mois.

Misez sur un commerce plus intelligent.

Adobe Commerce tire des enseignements de chaque interaction client et utilise toutes les données disponibles pour les comprendre. Vous pouvez intégrer des recommandations de produits et des résultats de recherche optimisés par l'IA dans vos sites de e-commerce.

Résultat, chaque expérience d'achat est plus pertinente et mieux personnalisée, ce qui augmente les taux de conversion et de fidélisation, tout en multipliant les opportunités de vente croisée et de génération de revenus.

- Recherche en direct
- Recommandations de produits
- Tableaux de bord intuitifs
- Intelligence intégrée

Découvrez une toute nouvelle marketplace.

Adobe Commerce est conçu pour évoluer avec vous, prendre en charge le modèle commercial choisi et attirer les clients ciblés. Pour en savoir plus sur son fonctionnement et apprendre à créer un modèle de e-commerce plus souple, consultez notre site.

