



# Expérience numérique : 88% des entreprises françaises ne pensent pas satisfaire les exigences de leurs clients

Paris, France – le 31 janvier 2022 – Adobe annonce la parution de son rapport Tendances digitales 2022 permettant de comprendre comment des milliers de professionnels du marketing réagissent, s'adaptent et atteignent leurs objectifs dans un contexte qui évolue rapidement. Selon cette nouvelle étude, les changements de comportement des consommateurs en ligne, notamment liés à la pandémie, s'inscrivent non seulement dans la durée, mais vont se poursuivre et s'accélérer en 2022. Les entreprises doivent donc lancer plus rapidement de nouveaux projets qui mettent le numérique au centre pour rester dans la course.

## Parmi les principales conclusions :

- En France, 84 % des chefs d'entreprise affirment que les attentes des clients sont désormais axées sur le numérique.
- 88 % des chefs d'entreprise français estime que les consommateurs exigeront toujours plus d'expériences numériques en 2022 et au-delà.
- Les trois quarts (77 %) des entreprises françaises font état d'une envolée de l'utilisation des canaux numériques par leurs clients existants.

« Les deux dernières années ont radicalement bouleversé le comportement en ligne et les attentes des consommateurs, qui sont maintenant devenus *digital-first* » affirme Christophe Marée, Marketing Director, Western EMEA chez Adobe. « C'est la capacité d'une entreprise numérique à personnaliser chaque expérience sur l'ensemble de ses canaux qui lui permet de nouer des relations de confiance durables avec ses clients. Le faire à grande échelle est l'impératif stratégique de 2022 et des années à venir. »

## Les entreprises doivent accélérer leur transformation numérique sous peine d'être distancées

Selon l'étude, la grande majorité (91 %) des entreprises ont constaté l'émergence de nouveaux parcours client au cours des 18 derniers mois, et les consommateurs devraient adopter définitivement les usages numériques qui ont émergé au début de la pandémie en matière d'achat, comme les services de click and collect ou les cabines d'essayage virtuelles.

Toutefois, l'étude révèle également un écart entre les attentes des clients et la capacité réelle des marques à offrir ces expériences digital-first. Invités à évaluer l'expérience client numérique de leur entreprise, les responsables marketing n'ont été qu'une minorité à indiquer qu'elle « dépasse les attentes des clients » (12 %), alors qu'ils sont plus d'un quart à admettre être en retard par rapport à la concurrence (27 %).

Pour relever ces défis, 39 % des dirigeants déclarent avoir prévu d'améliorer la cohérence de leur expérience client sur l'ensemble des canaux, plus de la moitié d'entre eux prévoyant d'investir davantage dans des technologies de gestion des données client (52 %) et des systèmes de gestion de l'expérience client (55 %).

## Gagner la confiance de ses clients : la clé de la réussite pour 2022



Les cookies tiers devenant de moins en moins pertinents, les entreprises cherchent de nouveaux moyens, plus efficaces, de gagner la confiance cruciale de leurs clients numériques, l'utilisation responsable des données first-party devenant peu à peu indispensable pour nouer des relations plus étroites et durables.

Les entreprises ayant adopté de solides stratégies de données first-party en récoltent les fruits, les deux tiers (66 %) des responsables marketing français estimant utiliser efficacement ces données pour personnaliser les expériences client.

### **Atteindre de nouveaux niveaux d'agilité**

L'agilité est essentielle pour diffuser des expériences client personnalisées à grande échelle, de même que la possibilité d'obtenir une vision unique du consommateur en regroupant de nombreux jeux de données. L'étude montre néanmoins que les entreprises sont nombreuses à reconnaître être encore en retard sur le sujet. Un grand nombre de responsables marketing français avouent qu'au sein de leur entreprise, le niveau de partage des données entre équipes est « moyen » (42 %), voire « faible » ou « très faible » (21 %). Il est donc temps pour les marques de redoubler d'efforts afin d'obtenir une vision unique du client et déployer des expériences personnalisées sur l'ensemble des canaux.

### **Le manque de compétences subsiste**

Les professionnels et les dirigeants ont parfaitement conscience que, pour personnaliser les expériences à grande échelle, des compétences spécifiques sont indispensables. Le rapport révèle qu'en France, huit dirigeants sur dix (86 %) s'inquiètent de savoir si leurs équipes ont les compétences nécessaires pour offrir les expériences numériques attrayantes qu'attendent les clients. Pour rattraper ce retard et favoriser la réussite de leurs équipes, plus de la moitié d'entre eux (59 %) prévoient cette année d'investir dans le recrutement de spécialistes de l'expérience client et du numérique mais aussi dans la formation.

Vous pouvez télécharger le rapport Tendances digitales 2022 complet en français [ici](#).

### **À propos de l'étude**

Le rapport Tendances digitales, qui s'appuie sur les réponses de près de 10 000 responsables marketing, professionnels de l'IT et dirigeants d'entreprise du monde entier, met l'accent sur les changements d'attitude entraînant la création d'expériences digitales d'exception, en soulignant les priorités à respecter pour rester compétitif et réussir en 2022 et au-delà. En France, l'enquête a porté sur un panel de 562 responsables marketing et chefs d'entreprise, dont 389 de l'échantillon sont des responsables marketing côté client et 173 des cadres dans des agences, des cabinets de conseil et des fournisseurs de technologies/services marketing.

### **À propos d'Adobe**

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site [www.adobe.com/fr](http://www.adobe.com/fr).

###

© 2021 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.