

Après le e-Commerce, voici le m-Commerce, achat via le mobile

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 16/10/2009 15:00:00

Un sondage auprès des consommateurs français*, mené par **ATG**, le premier fournisseur de solutions e-commerce. Selon le sondage, **un quart des consommateurs ont testé le m-commerce**. Par ailleurs, malgré que le nombre de consommateurs qui font du shopping en ligne à partir de leur téléphone portable est en augmentation, leurs appréhensions doivent encore être prises en considération.

L'étude démontre que **41%** des consommateurs français ont testé d'utiliser leur téléphone mobile pour faire leurs achats, mais que 8% d'entre eux ont trouvé l'expérience compliquée. Sachant que la majorité des français (59%) n'ont pas encore testé le m-commerce, cela présente une norme opportunité pour les marchands, opérateurs de téléphonie mobile et opérateurs. Ceux-ci doivent donc travailler ensemble pour dépasser les appréhensions des consommateurs et augmenter le taux d'adoption.



Une personne interrogée sur trois (**36%**) affirme qu'elle serait plus susceptible de faire ses achats en utilisant son téléphone portable si les marchands mettaient à sa disposition un système de paiement sécurisé et facile à utiliser. 28% pensent que des promotions et incitations spécifiquement conçues pour les achats sur Internet mobile encourageraient l'adoption du m-commerce. **21%** pensent que les détaillants doivent optimiser leurs sites web pour une navigation optimisée sur un écran mobile plus petit. Pourtant, malgré l'augmentation des applications mobiles, seuls **15%** des consommateurs français ont dit que mettre au point des applications spécifiques à télécharger sur leur portable et à utiliser pour faire du shopping les inciteraient à faire plus d'achats depuis leur appareil mobile. Les résultats démontrent que les marchands ont besoin de se concentrer d'abord sur les services de paiement et l'optimisation du site avant de développer des applications sur mesure.

Les personnes interrogées ont également signifié que les **principaux obstacles à l'adoption du m-commerce** sont la tarification peu claire pour l'accès à Internet mobile (44%) et l'accès à un service Internet à faible débit (22%). Les consommateurs estiment que, pour favoriser l'adoption au m-commerce, les fabricants de téléphones portables devraient proposer plus de téléphones portables Wi-Fi (32%), des smartphones à prix abordables (26%) et des téléphones portables aux écrans plus grands (24%). Si ces appréhensions sont surmontées, les personnes interrogées seraient susceptibles d'acheter des billets d'avion ou de train (30%), de la musique et des DVD (27%) et des billets de cinéma ou de théâtre (19%). Ceci indique que si les opérateurs et les fabricants de téléphones portables travaillent ensemble pour plus de clarté sur les prix et les services, les taux d'adoption au m-commerce s'amélioreront.

Pour ATG, les résultats démontrent qu'il y a encore un long chemin à parcourir par les opérateurs, fabricants de téléphones portables et les marchands pour faire du m-commerce une réalité. Proposer plus de smartphones à prix abordable, des réseaux plus rapides et une tarification plus claire permettra aux opérateurs télécom et aux fabricants de téléphones portable de tirer les bénéfices de cette industrie naissante. Par contre, les marchands ont besoin d'adresser les appréhensions des consommateurs vis-à-vis de la sécurité et des services de paiement afin de s'assurer que le m-commerce soit intégré dans leurs stratégies commerciales. Cela dit, le plus important est que les consommateurs trouvent agréable leur expérience d'achat, où qu'ils se trouvent, que ce soit en boutique, en ligne, par téléphone ou via l'Internet mobile.

[Pour de plus amples informations à propos de ATG](#)