

Comportement et habitude face au m-Commerce

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 6/2/2012 13:30:00

La dernière étude de BuzzCity révèle qu'il y a quelques semaines, demandait aux consommateurs français quels étaient leur **comportement et leurs attitudes face au m-commerce et aux paiements sur le mobile**. Les réponses parlent d'elles-mêmes, et montrent que ce marché se démocratise mais quelques points importants restent à améliorer.

En effet, 24 % des utilisateurs français utilisent déjà leurs téléphones portables pour faire leurs courses. Cependant, l'industrie a du mal à communiquer aux consommateurs quelques informations essentielles. La démocratisation du m-commerce passera par la résolution des points suivants : sensibilisation (17%), éducation (18%), sécurité (29%). Les français doivent savoir que le m-commerce est possible, qu'il est simple de naviguer et d'acheter sur Internet et que les achats et transactions sont sécurisés.

Portrait-robot d'un mobinaute :

Dans le monde entier, la majorité des nouveaux mobinautes sont de jeunes hommes, cependant le nombre de femmes utilisant leur téléphone pour surfer, consulter, acheter, grandit dans beaucoup de pays, y compris en France où 33% des mobinautes sont des femmes. Avec 29% des utilisateurs qui ont plus de 35 ans, la France a une forte proportion d'utilisateurs matures (la moyenne mondiale est de 15%). L'influence de ces utilisateurs est élevée lorsque les achats sont faits sur les mobiles. Cela se vérifie particulièrement pour les appareils électroniques et électroménagers de petite taille. En effet, les plus de 35 ans représentent 67% de ces achats.



Principaux usages constatés

La principale action des mobinautes français est la recharge de forfait mobile (60%). Viennent ensuite les achats de contenus mobiles tels que les applications, sonneries, jeux (46%). La grande

nouveau que l'on constate désormais sur le marché français, est l'augmentation des achats « matériels » via le mobile tels que les vêtements (19%) et les produits culturels tels que les CD, DVD, livres... (15%).

La méthode de paiement la plus populaire reste la carte de crédit (29%). En revanche, l'ajout de facturation des transactions sur la facture de l'opérateur fait une percée à 15% face à PayPal qui n'est choisie qu'à 5% par les internautes français.

Un nombre encore important (18%) des utilisateurs français préfèrent effectuer des paiements en espèces pour les achats réalisés via le mobile. Comme mentionné plus haut, ce pourcentage est dû au manque d'information, à la confusion sur la façon dont le m-commerce fonctionne, et les préoccupations de sécurité.

Rassurer le potentiel utilisateur devrait être une priorité pour tous les acteurs du commerce mobile.

En outre, cela présente quelques opportunités immédiates :

☞ Les m-commerçants peuvent attirer de nouveaux clients en offrant un paiement à la livraison jusqu'à ce que les clients deviennent plus à l'aise et acquièrent confiance dans le « paiement non physique ».

☞ Les commerçants et sociétés de services financiers qui garantissent la sécurité de leurs transactions mobiles, et le font savoir sont susceptibles d'attirer plus d'affaires.

L'évolution des mentalités ouvrent de nouvelles perspectives et de nouvelles attentes en France.

Les services bancaires mobiles et les paiements offrent plus de clarté aux utilisateurs français. Ainsi, l'on constate une forte demande concernant le paiement de factures (33%) ou de courses dans un magasin (32%), les opérations de transfert d'argent entre comptes (29%) ou d'envoi d'argent à des amis et la famille (26%). L'intérêt de ces outils mobiles est de donner à l'utilisateur la possibilité de conserver le contrôle de ses dépenses et de se tenir informé de l'activité de ses comptes. Ainsi, les internautes français souhaitent à 63% pouvoir vérifier leur compte bancaire, être informés d'un virement (38%) et pouvoir consulter leurs dernières transactions (26%).

Nous allons continuer de voir une évolution dans la consommation de biens et de services vendus, et la valeur des achats effectués va augmenter. Les transactions mobiles sont désormais régulières et habituelles chez les utilisateurs français : 31% des utilisateurs réalisent des achats, transactions etc... sur le mobile tous les jours, et déjà 29% s'y essaient occasionnellement.