



E-COMMERCE
ONE TO ONE
FRANCE

CONFÉRENCES • BUSINESS • NETWORKING



INNOVATION FIRST

L'Observatoire

**100 décideurs du E-Commerce &
leur stratégie d'innovation**

22/24 MARS 2017

MONACO • GRIMALDI FORUM

 #ec1to1fr @ecommerce1to1



100 décideurs du E-Commerce ont répondu sur leur stratégie d'innovation

Sites marchands, pure players, grandes marques ou distributeurs.

La croissance du e-commerce est fortement liée à sa dynamique d'innovation.

Celle-ci relève à la fois du développement et de la protection des technologies, de l'organisation, du marketing, du design, de la créativité et de la stratégie, de l'organisation et de toutes les composantes du management.

Elle constitue un facteur essentiel de croissance pour l'ensemble des entreprises.

Elle est primordiale dans le secteur du e-commerce.

Méthodologie :

Questionnaire administré en ligne auprès des invités sélectionnés de E-Commerce One to One par GoudLink.

- ▶ **85%** innovent pour acquérir de nouveaux clients sur leur cœur de marché
- ▶ **94%** projettent des innovations à destination du client : Services, relation client, personnalisation, nouveaux usages et multiplication des canaux de distribution
- ▶ **90%** innovent ou innoveront avec leurs clients
- ▶ **1^{ère} source d'inspiration** : L'observation des marchés et des consommateurs

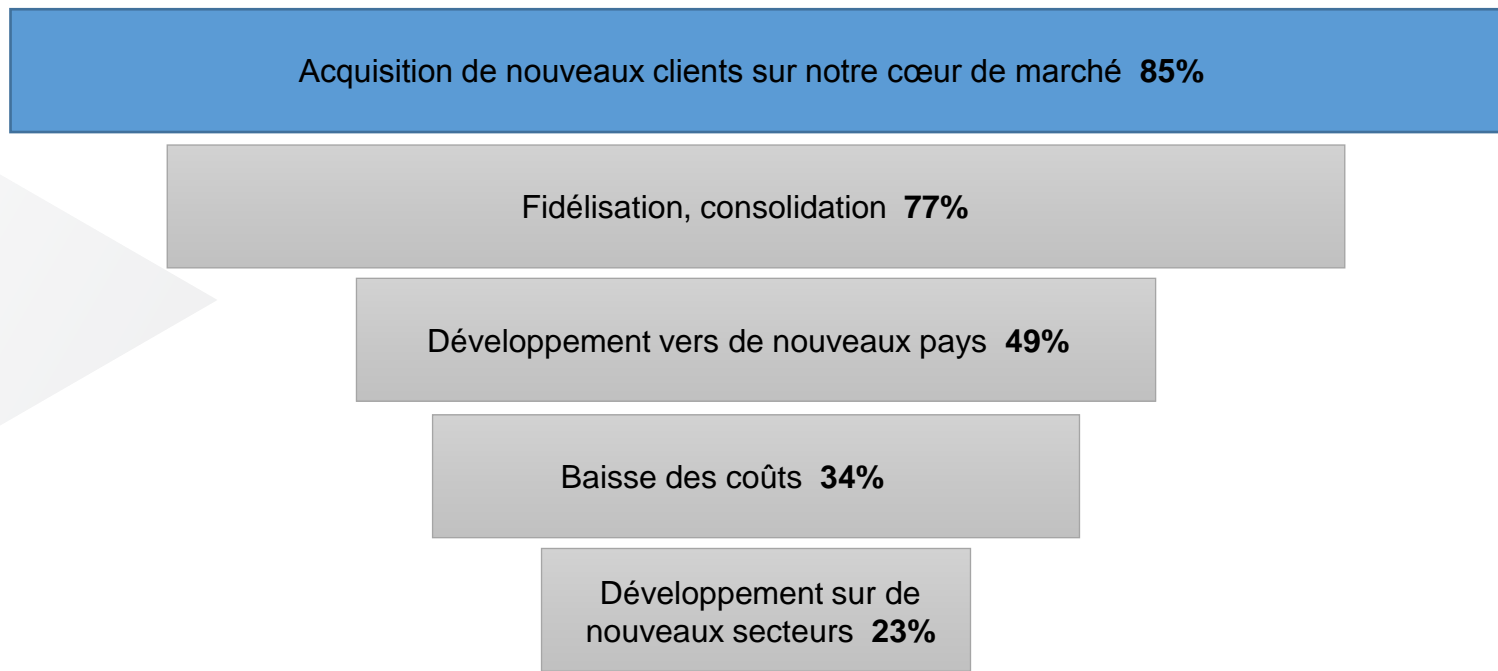


- ▶ **96% mènent plusieurs projets de front.**
Les succès sont difficiles à prévoir, la quantité de projets menés en parallèle permet l'équilibre de l'ensemble
- ▶ **88% bénéficient d'une démarche volontariste de la part des dirigeants. Et pour 75% la prise de risque est encouragée dans leur entreprise.**
L'innovation ne survient pas par hasard, elle émerge grâce à une organisation, des moyens, une culture.
- ▶ Les partenaires les plus courants de l'innovation : les salariés (90%) les fournisseurs (80%) les prestataires conseils (78%)
Si 61% innovent avec les Startups, la démarche est plutôt opportuniste : 41% « de temps en temps »

OBJECTIFS ?

L'objectif n°1 est l'acquisition de nouveaux clients

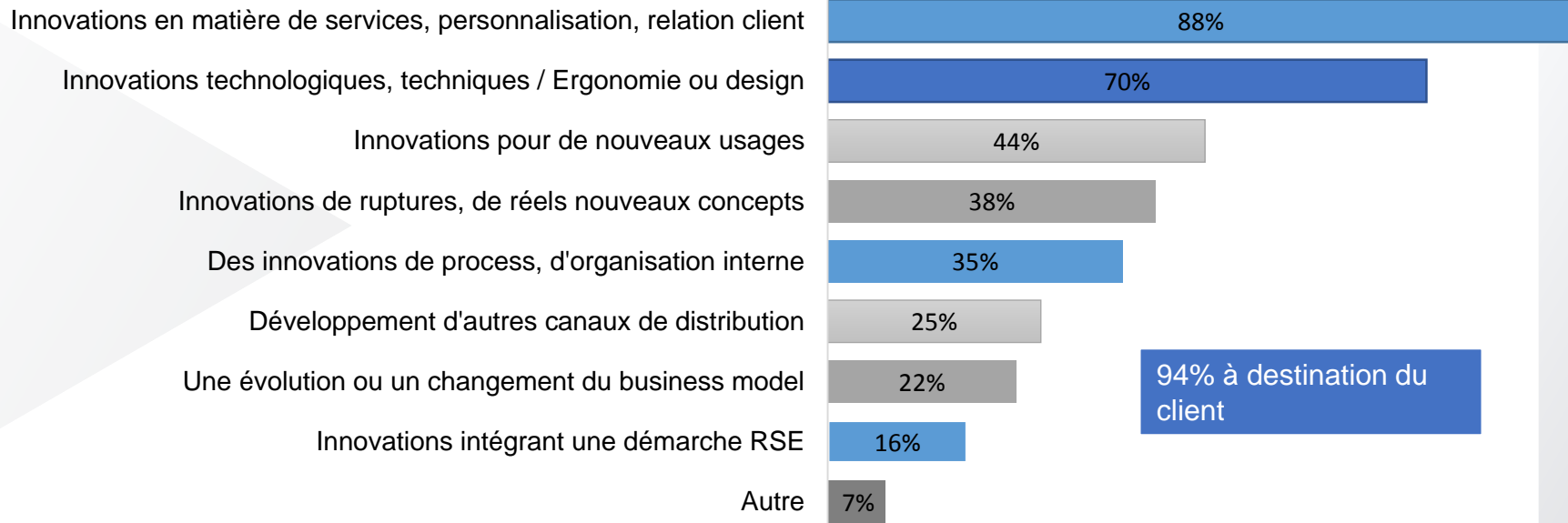
Q. A horizon 2017 - 2018, quelle stratégie motive vos innovations ?



LESQUELLES ?

Des innovations avant tout tournées vers le client.

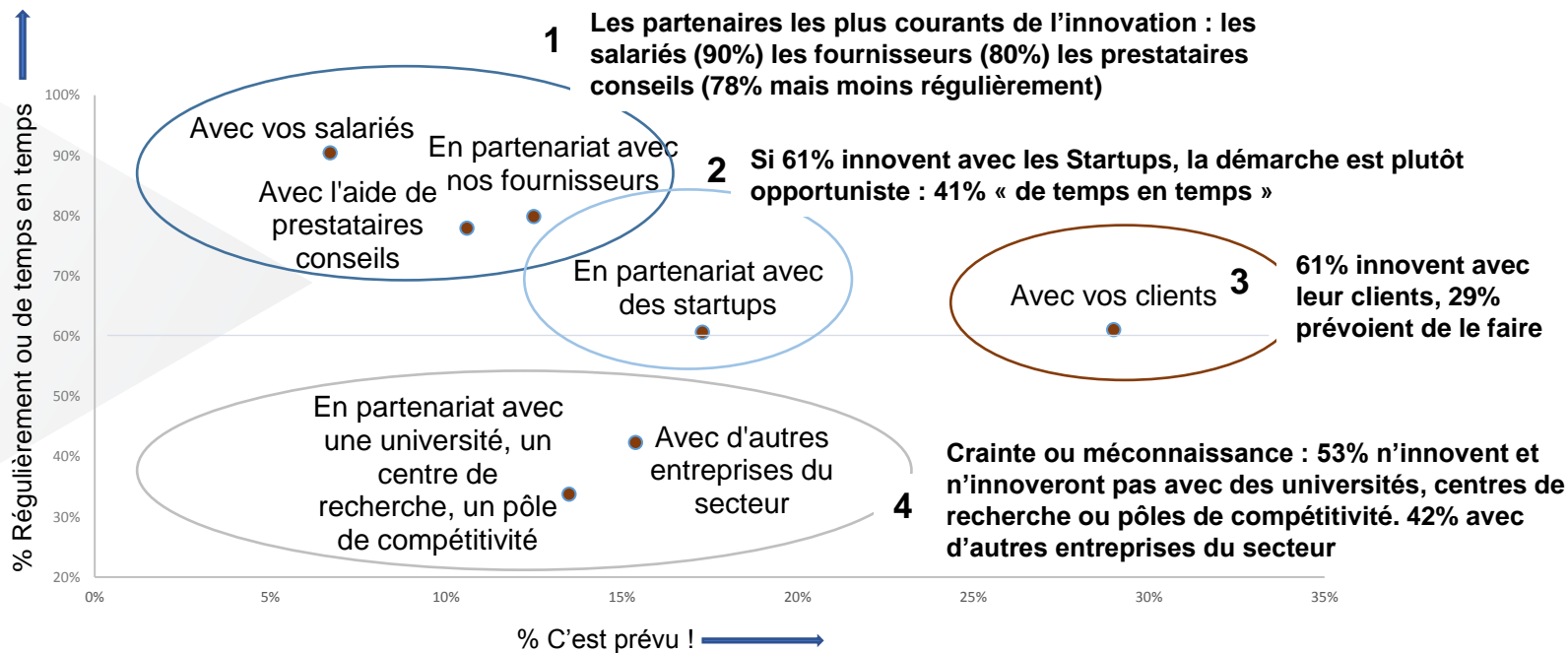
Q. Qu'est ce qui qualifie le mieux vos innovations à venir ?



AVEC QUI ?

Régulièrement / De temps en temps / C'est prévu / Jamais

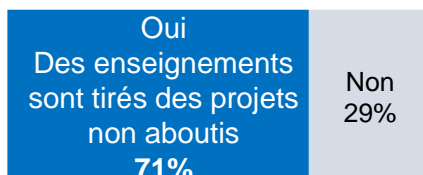
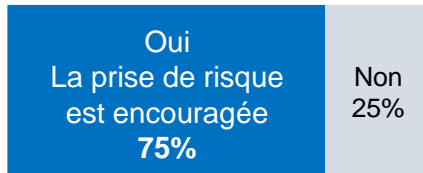
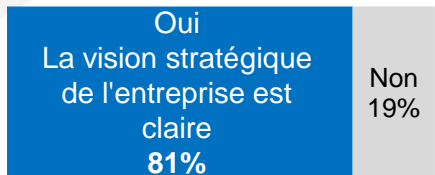
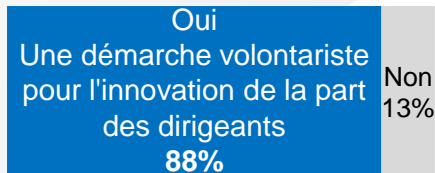
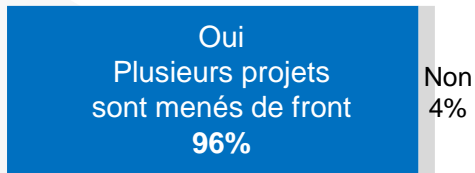
Q. Avec qui innovez-vous ?



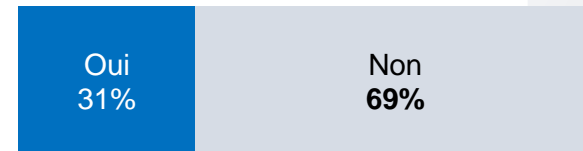
MOTEURS INTERNES

Oui / Non

Q. Ces "ingrédients" de l'innovation sont-ils présents dans votre entreprise ?

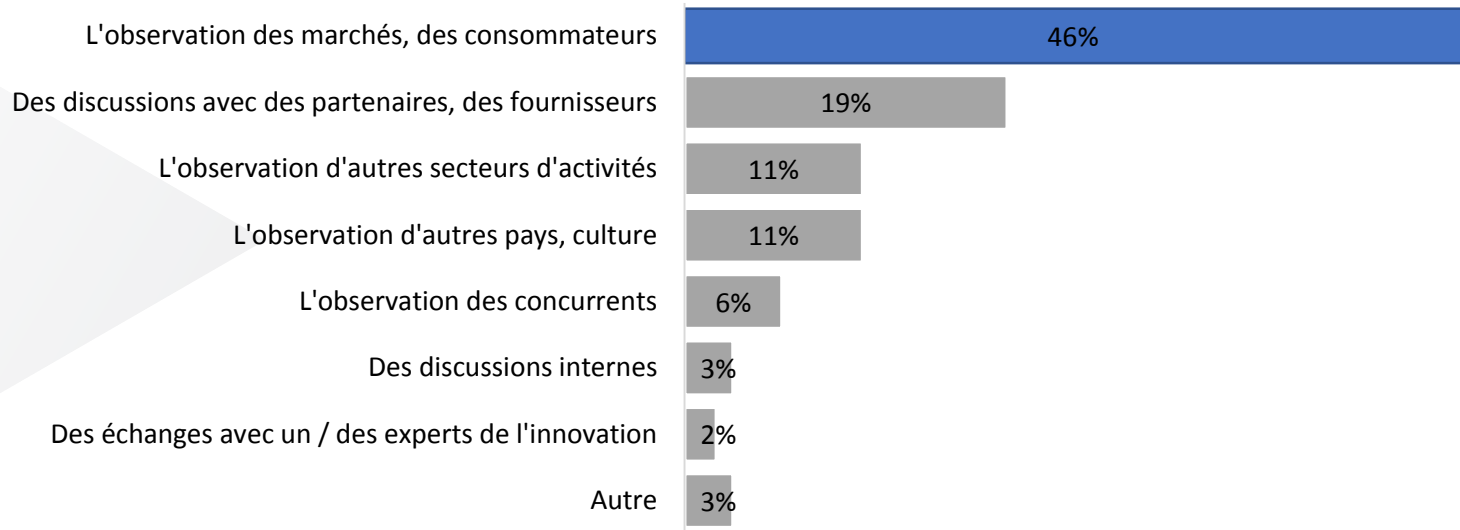


Des indicateurs de mesure de l'innovation
sont en place :



INSPIRATION

Q. À titre personnel qu'est-ce qui vous a le plus inspiré dans votre démarche d'innovation récemment ?





E-COMMERCE
ONE TO ONE
FRANCE

CONFÉRENCES • BUSINESS • NETWORKING

MERCI

22/24 MARS 2017
MONACO • GRIMALDI FORUM

 #ec1to1fr @ecommerce1to1