



ÉTUDE

# E-COMMERCE: AMAZON, CHAMPION DE LA CONFIANCE

Dans une étude intitulée "La fabrique de la confiance sur Internet", le cabinet **INIT** a évalué la confiance des internautes à l'égard des leaders de l'e-commerce. Amazon arrive en première position.

➤ Quel est le degré de confiance des internautes envers les cinq grands sites d'e-commerce que sont Amazon, Cdiscount, Fnac.com, La Redoute et PriceMinister ? Tel est l'objet de l'enquête menée par l'institut d'études marketing **INIT**. Pour chaque site, 200 clients ayant effectué au moins deux achats dans l'année ont été interrogés, soit un panel total de 1 000 internautes. **INIT** a intégré trois dimensions, appelées aussi "piliers", dans son étude : la crédibilité (compétence de l'entreprise pour vendre au meilleur prix, bien livrer), la bienveillance (prise en compte de l'intérêt des clients) et l'intégrité (respect de ses promesses et engagements).

En complément, le cabinet a constaté au cours de ses recherches que certains critères affectent la confiance. Sont considérés comme des "moteurs" qui influent sur la perception globale des internautes : la perception de sécurité du site, la perception de sa facilité d'usage, la qualité de la communication, la présence sociale, la qualité du support et la communauté virtuelle. Les deux premiers aspects, plus fonctionnels, sont largement pris en compte dans l'étude.

Ainsi, sur le podium de la confiance, la première place revient à **Amazon, qui obtient la meilleure crédibilité et intégrité**. En termes de performance, le site se place également en très bonne position sur trois des six moteurs de perception : image, communauté virtuelle et présence sociale. La Redoute, quant à elle, est considérée comme étant l'entreprise la plus bienveillante. Elle arrive en première position sur la qualité du support client et la communication, qui profite de sa culture de



vétériste selon **INIT**. Concernant la sécurité, la Fnac parvient à la première place mais n'obtient que les 3<sup>e</sup> et 4<sup>e</sup> places pour la qualité du support client et la communication. De son côté, PriceMinister s'en sort bien sur la communauté virtuelle et la présence sociale, mais réalise des performances moyennes en termes de communication et de sécurité. Enfin, dernier du classement sur chacun de ces aspects, mais arrivant toutefois en 3<sup>e</sup> place pour la communication, Cdiscount a le plus faible capital confiance auprès des clients interrogés.

**Le sentiment de sécurité est le premier moteur de confiance des internautes** (pour 27 % des personnes interrogées), suivi par l'interface du site (20 %), d'après **INIT**. Les autres éléments influant sur la confiance correspondent plus largement à des thèmes liés au relationnel : le sentiment de présence d'un bon support client (16 %), une bonne communication (12 %), le sentiment de présence sociale (12 %) et enfin, la présence d'une communauté de clients (11 %).

CLAIRE MOREL

## Méthodologie

Étude réalisée via **Access panel Internet** auprès de 1000 internautes.

Pour chacun des cinq sites de référence étudiés, 200 clients ayant effectué au moins deux achats au cours des 12 derniers mois ont été interrogés.