

Mots – clé :

Social Commerce / marketing communautaire
Avis consommateurs et avènement du consomm'acteur
E-business et Web participatif
CRM / Gestion de la relation client

**Cdiscount.com choisit la solution
Bazaarvoice
pour intégrer les avis consommateurs au sein de son site**

Bordeaux, le 5 mars 2009. Cdiscount.com, filiale du Groupe Casino, a choisi Bazaarvoice, le pionnier du commerce social, pour mettre en place le système de « Ratings & Reviews » sur son site. Ce nouveau service s'intègre dans la logique du site de toujours mettre à disposition de ces clients les meilleurs outils afin d'optimiser leur choix.

Le développement du e-commerce s'oriente vers l'apparition d'un commerce social, étroitement liée à la participation active du consommateur. En favorisant une expérience de consommation plus riche grâce à la publication de commentaires, votes en ligne et échanges sur les produits et la qualité des services, le commerce social apporte une dimension complémentaire à la confiance et la satisfaction du consommateur.

En intégrant la solution Ratings & Reviews (évaluations & critiques) de Bazaarvoice, Cdiscount.com a choisi de mettre à disposition de ses clients une nouvelle aide à la décision d'achat

Selon la dernière vague de l'étude de référence de **TNS Sofres – Baromètre E-commerce** (septembre 2008), les avis conso sont aujourd'hui l'un des premiers leviers d'aide à la décision de l'achat en ligne. Ainsi, **52% des acheteurs** déclarent consulter les avis consommateurs avant d'acheter. Cdiscount.com a donc choisi d'implanter la solution-phare de Bazaarvoice : Ratings & Reviews (Evaluations & Critiques) au sein de son offre commerciale. Cette solution permet de donner une information utile dans le processus d'avant-vente, grâce à l'opinion indépendante de ses propres clients. Et ce, en toute transparence.

Selon un dirigeant de Cdiscount.com, le site a opté pour cet outil, pour 3 raisons majeures : la souplesse et l'adaptabilité technologique, l'efficacité du réseau de partenaires existant, et les références françaises de Bazaarvoice telles 3 Suisses, Mistergooddeal.com ou encore la FNAC.

Installée il y a seulement quelques semaines au sein du Cdiscount.com, la solution Ratings & Reviews est déjà un franc succès : en une dizaine de jours et en phase de lancement, les internautes ont déjà déposé plusieurs milliers d'avis qui recouvrent les différentes typologies de produits en vente sur le site.

Shopping social : le pouvoir au client-prescripteur

Le web participatif continue sa course et accompagne la mutation du e-commerce vers un commerce social. Ainsi, selon la **Fevad** (*Fédération du e-commerce et de la vente à distance*), **67% des Français souhaitent avoir l'avis d'un autre consommateur avant d'acheter en ligne**. Un client fait donc plus confiance à l'avis d'un autre internaute qu'à toute autre information.

Les relations de consommateur à consommateur ainsi que l'implication directe de ceux-ci dans la relation au produit sont ainsi passées au premier plan d'une stratégie e-commerce performante. En rassurant l'internaute acheteur, la présence d'avis "indépendants" permet au e-commerçant d'améliorer son "crédit-confiance".

Le commerce social : un atout majeur pour les e-marchands

Selon **Forrester Research**, **76% des acheteurs américains on-line tiennent compte de l'avis d'autres consommateurs avant d'acheter**. Cette étude légitime la pertinence du business model choisi par Bazaarvoice sur le marché américain, pionnier du e-commerce, et son déploiement en Europe. La société a développé des outils performants qui permettent non seulement d'encourager la publication d'avis et d'évaluations de consommateurs, mais aussi de les animer et de les analyser. Ainsi, les e-commerçants peuvent apporter une **dimension supplémentaire à leur site**, celle du commerce social, en donnant aux clients un réel pouvoir de prescription sur les ventes, ce qui enrichit et transforme le processus d'achats en ligne. Au profit de tous.

Comme le précise Kamal Kirpalani, directeur commercial de Bazaarvoice pour l'Europe occidentale, les quatre principaux avantages attendus de l'utilisation d'une plate-forme sont :

- **l'augmentation du taux de conversion**
- **la hausse du panier moyen**
- **la diminution du taux de retour**
- **l'amélioration du référencement naturel**

A propos de Cdiscount

Précurseur du commerce en ligne, Cdiscount.com, filiale du groupe Casino, est le site leader de la distribution par Internet en France.

Cdiscount.com propose l'offre de produits la plus large du e-commerce français structurée autour de plus de 40 magasins, organisés en grands univers constituant une offre complète de multi-spécialistes : produits culturels, High Tech, informatique, maison & décoration, prêt-à-porter & chaussures, santé / forme, beauté, vins & gastronomie et services.

Avec plus de 100 000 références, soigneusement sélectionnées pour leur qualité et entreposées sur une zone unique de 100 000 m², Cdiscount.com est le site qui offre les meilleurs produits aux meilleurs prix.

Sa force concurrentielle tient tant à son expérience unique du commerce en ligne, sa capacité à trouver les bons produits, qu'à son modèle économique basé sur l'offre, lié à une très forte réactivité commerciale.

Cette puissance d'attraction lui permet de se positionner comme le leader en audience des sites de e-commerce.

Les chiffres clés de Cdiscount.com :

- 600 000 visiteurs par jour
- 1er site marchand B to C avec plus de 10 millions de visiteurs uniques (Médiamétrie – déc. 2008)
- Plus de 7, 1 millions de clients (1 internaute acheteur sur 3)
- 100 000 références actives.
- 30 000 commandes par jour en moyenne
- CA 2007/2008 de 684 M€HT
- 800 collaborateurs
- 100 000 m2 d'entrepôts sur la zone unique de Cestas à proximité de Bordeaux
- Elu meilleur site E-commerce produits techniques 2008 par les internautes (Fevad – déc. 2008)

A bientôt sur www.cdiscount.com

A propos de Bazaarvoice

Créée en 2005 par Brett Hurt et basée à Austin, Texas, USA, Bazaarvoice développe des solutions et services de "Social Commerce", qui permettent d'optimiser les sites marchands et de stimuler leurs ventes. Les produits Bazaarvoice Ratings & Reviews™, Ask & Answer™ et Stories™ assurent à ces entreprises un impact maximal des avis et évaluations des internautes, grâce à la personnalisation, à une parfaite intégration, à la gestion des communautés, à des outils d'analyse performants, à l'optimisation vis-à-vis des moteurs de recherche et à la syndication des contenus sur le Web.

Les solutions de Bazaarvoice sont déjà utilisées par les plus grands distributeurs et fabricants américains, dont Dell, Macy's, Office Depot, Inc., Borders, Overstock.com, PETCO, P&G, QVC, Sears et ZipRealty. En mars 2007, un bureau a été ouvert en Grande-Bretagne. Il compte déjà plus de 57 clients britanniques, dont Argos, Boden, Comet, Early Learning Center, Figleaves.com, Timberland et Wickes. Quant à la France, un bureau a été ouvert en juin 2008 et compte aujourd'hui plus de 10 clients (Fnac, 3Suisses, MisterGoodDeal.com, Cdiscount...). Bazaarvoice emploie plus de 390 personnes dans le monde et travaille en 23 langues différentes (dont le français).

www.bazaarvoice.com / www.bazaarblog.com

Contacts Presse :

Cdiscount.com :

Antoine Lamarche

Antoine.Lamarche@cdiscount.com

05 57 14 45 20

Bazaarvoice :

ESCAL Consulting

Maja Jokic

maja@escalconsulting.com

01 44 94 95 68

Karine Berthier

karine@escalconsulting.com

01 44 94 95 63