

Perception des marketplaces

4 acheteurs en ligne sur 10 ignorent ce qu'est une marketplace*

La marketplace ou « place de marché » est devenue en quelques années un modèle très répandu chez les sites de e-commerce qui souhaitent profiter de leur forte audience et élargir leur offre. En 2015, les 5 sites e-commerce les plus visités en France ont ou sont des marketplaces. Les acheteurs en ligne connaissent-ils ce dispositif commercial ? Comment le jugent-ils ? Éléments de réponses.

*Étude Toluna pour Webloyalty sur les *Tendances du e-commerce en 2015*.

6 acheteurs en ligne sur 10 connaissent la marketplace, comment la perçoivent-ils ?

Une grande partie des acheteurs en ligne déclare connaître le principe de la marketplace. Pour la plupart d'entre eux, cela n'a aucun impact au moment de l'achat.

Seulement 13% en ont une perception négative.

Les réponses en détail :

- Pour **67% d'entre eux**, cela n'a aucun impact sur l'acte d'achat.
- Pour **20% d'entre eux**, cela a un impact positif.
- Pour **13% d'entre eux**, cela a un impact négatif.

Impact si l'article provient de la marketplace



Rodolphe OULMI, Directeur développement et partenariat pour Webloyalty France explique :

« Aujourd'hui, le consommateur attend d'un site e-commerce une offre qui soit étendue. Pour répondre à cet enjeu de diversification de l'offre tout en maintenant une qualité du service

rendu aux clients finaux, les ténors de l'e-commerce, comme Cdiscount, Fnac ou Amazon, ont parfaitement intégré cette stratégie de vente et tirent le bénéfice d'une offre illimitée sans contraintes logistiques. Pour les consommateurs, ce dispositif est plutôt transparent. 20% d'entre eux y voient même un aspect positif, la mise en concurrence de plusieurs marchands sur le même site pouvant jouer un effet rassurant sur le prix des articles proposés. »

A propos de Webloyalty France :

Créée en 1999 aux Etats-Unis, Webloyalty accompagne les e-commerçants dans la monétisation de leur audience et la fidélisation de leurs clients. Webloyalty présente un business model performant qui génère des revenus additionnels pour les sites e-commerce et stimule le ré-achat de leurs clients. <http://www.webloyalty.fr>

Contact presse : Profile PR

Nicolas Brodiez – Manihi Frebault
nbrodiez@profilepr.fr - mfrebault@profilepr.fr
01 56 26 72 29 – 01 56 26 72 38