

Etude du marché

Chiffres sur les ventes :

Nous avons décidé de commencer par une étude du marché afin de mieux comprendre l'utilisation des bornes interactives et cela nous apporte un premier aperçu des réflexions à venir.

L'affichage d'un produit sur un écran dans le hall d'entrée d'un supermarché aurait permis d'augmenter les ventes dans près de 75 % des cas. Ce pourcentage influence les entreprises à investir dans une borne pour augmenter leurs ventes et attirer des clients.

L'affichage dynamique serait également plus attractif et beaucoup plus impactant qu'une campagne PLV traditionnelle : une étude montre encore que 70% des 6 millions d'acheteurs hebdomadaires de ces hypers, ont porté leur regard sur un écran.

Les affichages traditionnels sur lieu de vente ne permettent pas de changements rapides contrairement aux bornes interactives qui offrent aux entreprises la possibilité de modifier rapidement le contenu de l'écran

Avantages :

Les bornes digitales, nouvel outil pour collecter des données

A l'heure du numérique, il convient d'outrepasser les outils classiques pour collecter des informations. Focus sur les bornes digitales, le nouvel outil à la mode.

Les bornes digitales ont connu une évolution spectaculaire au cours des dernières années. Les technologies mises en œuvre ont considérablement changé et les performances des bornes digitales ont considérablement augmenté. Les bornes digitales sont aujourd'hui plus rapides, plus fiables et plus précises.

Les clients aiment voir, interagir, toucher et expérimenter les choses.

Il n'est pas difficile de démontrer à quel point les clients sont friands de jeux marketing.

1. Les bornes interactives :

- captent l'attention
 - offrent une meilleure expérience client
- « 55% des clients paieraient plus pour une meilleure expérience client. » - Source :

Defaqto Research

- permettent de réaliser plus de ventes
- offrent une information en temps réel
- sont flexibles (adaptable)

- 79% des personnes interrogées trouvent que l'affichages dynamique diminue la sensation d'attente (étude POPAI)

- 42% des zones d'utilisation pour les bornes interactives sont centrées sur les points de vente (Observatoire du digital média en 2014).
- Il faut compter entre 3000 et 4000€ HT pour une borne interactive (Journal du Net.com)
- 85% des utilisateurs passent moins de 5 minutes sur les bornes.
- 63% des personnes trouvent que c'est pénalisant de ne plus avoir de comptoir avec des hôtes pour commander.

Négatif :

- 14,3% des personnes n'arrivent pas à le faire. Les bornes interactives dans la restauration rapide nécessitent une connaissance des nouvelles technologies qui peut poser problème pour les personnes plus âgées.
- L'hygiène est aussi un point important que nous avons soulevé pour ces bornes qui ont beaucoup de passage.
- Les tickets de caisse est un point qui gêne beaucoup les utilisateurs (le garder/le jeter).