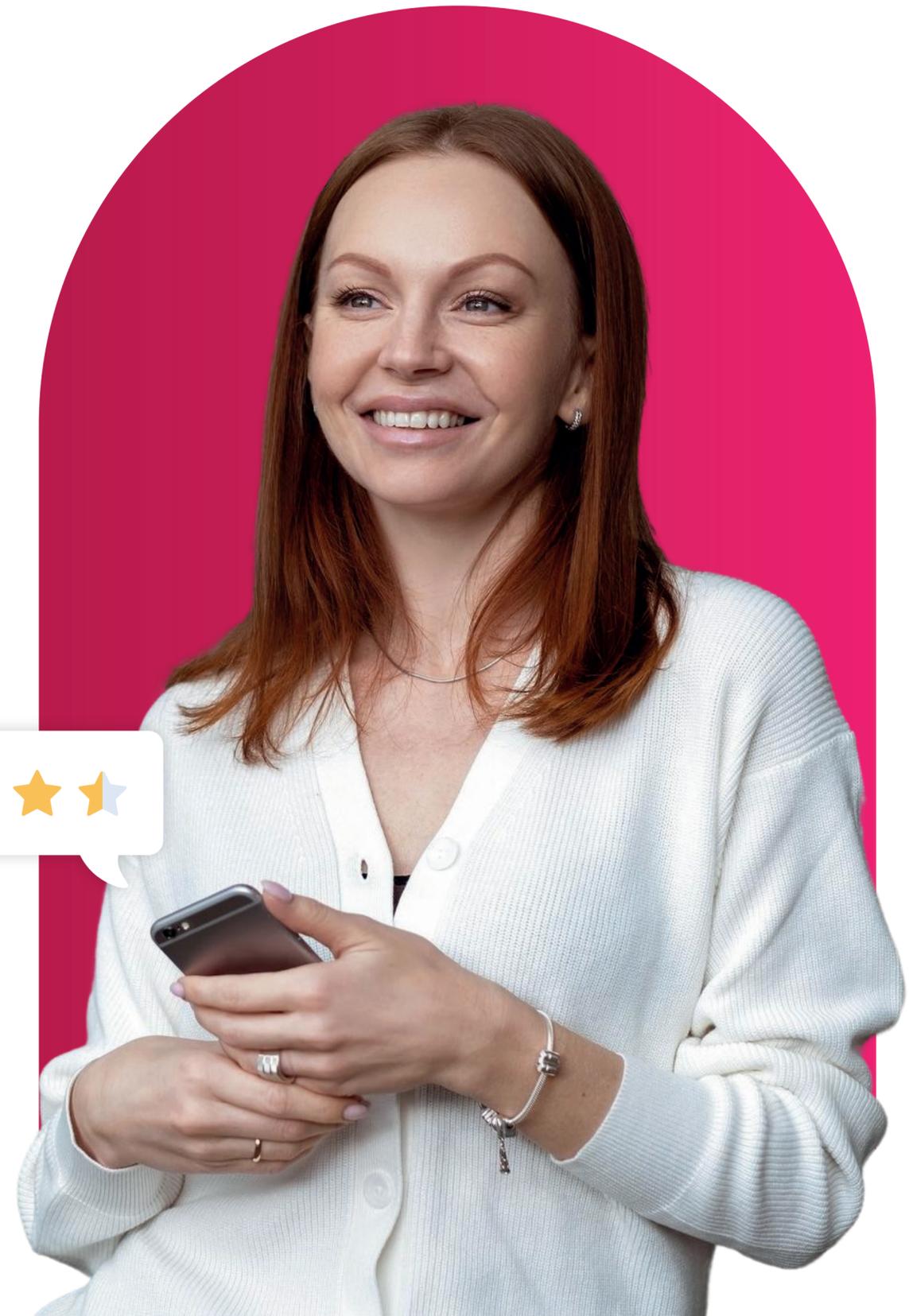


ÉTUDE IFOP

L'influence des avis clients sur les
habitudes de consommation
des Français



Juin 2023 – Étude IFOP n°715 553



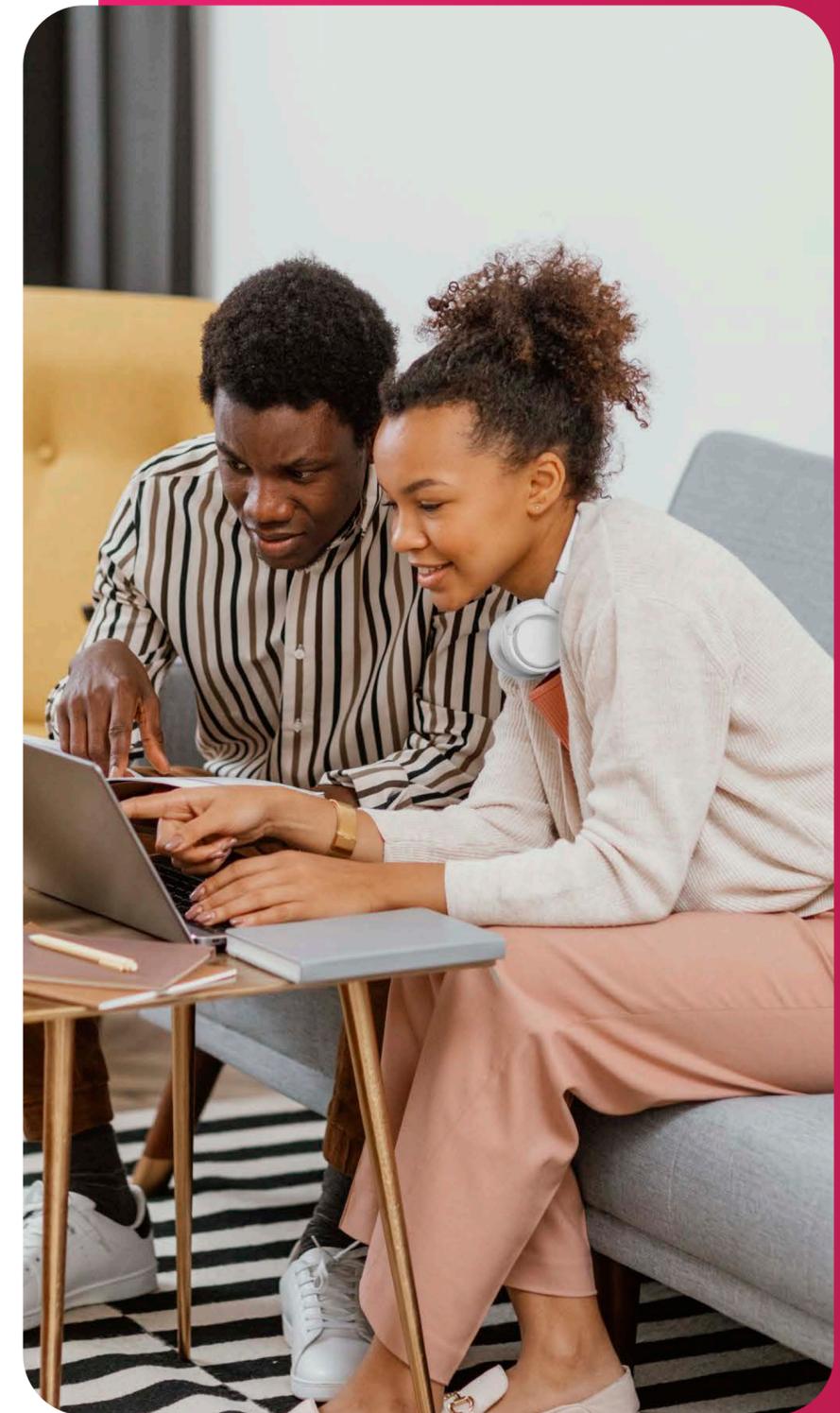
ÉDITO

De l'ère de la publicité, à l'ère de la recommandation.

En juin 2023, Guest Suite s'est de nouveau associé à l'institut de sondage IFOP pour plonger au cœur des comportements des consommateurs français face aux avis clients, et de manière générale face à la visibilité locale des établissements. Cette étude, réalisée en ligne et auto-administrée dans le respect du protocole OMCAWI de l'IFOP, se positionne comme une référence dans notre quête de compréhension du marché.

Cette étude approfondie révèle une évolution marquante : la consommation n'est plus une simple transaction, mais un échange basé sur la confiance mutuelle. Les avis des clients jouent un rôle clé dans cette dynamique, s'imposant comme un repère crucial dans le parcours d'achat des Français. De manière générale, on constate que la publicité n'est plus, et de loin, l'alpha et l'oméga de l'attraction client. L'ère où les marques dictaient seules leur message est révolue ; **aujourd'hui, c'est l'expérience vécue et partagée qui prime.**

Nos concitoyens s'appuient massivement sur les retours de leurs pairs avant toute décision d'achat, marquant une confiance renouvelée dans l'expérience partagée. Les résultats de cette enquête soulignent ainsi l'importance d'une communication authentique et transparente, centrée sur la parole des clients. Dans un monde digital où la concurrence est omniprésente, ce sont ces voix sincères qui se distinguent et guident les choix des consommateurs. Embrassons cette réalité et reconnaissons la puissance de la communauté dans la définition de notre paysage commercial.



SOMMAIRE

La consultation des avis clients sur Internet

Les avis clients, une source d'informations authentique
Les raisons principales de la consultation
Les plateformes utilisées pour consulter des avis
L'essentiel à retenir

p.3
p.4
p.5
p.6

La confiance accordée aux avis clients

Les critères de confiance
Les notes qui inspirent confiance
La structure des avis qui inspirent confiance
L'essentiel à retenir

p.7
p.8
p.9
p.10
p.11

L'impact des avis sur les comportements d'achat

Des avis qui influent sur les décisions
L'essentiel à retenir

p.12
p.13
p.14

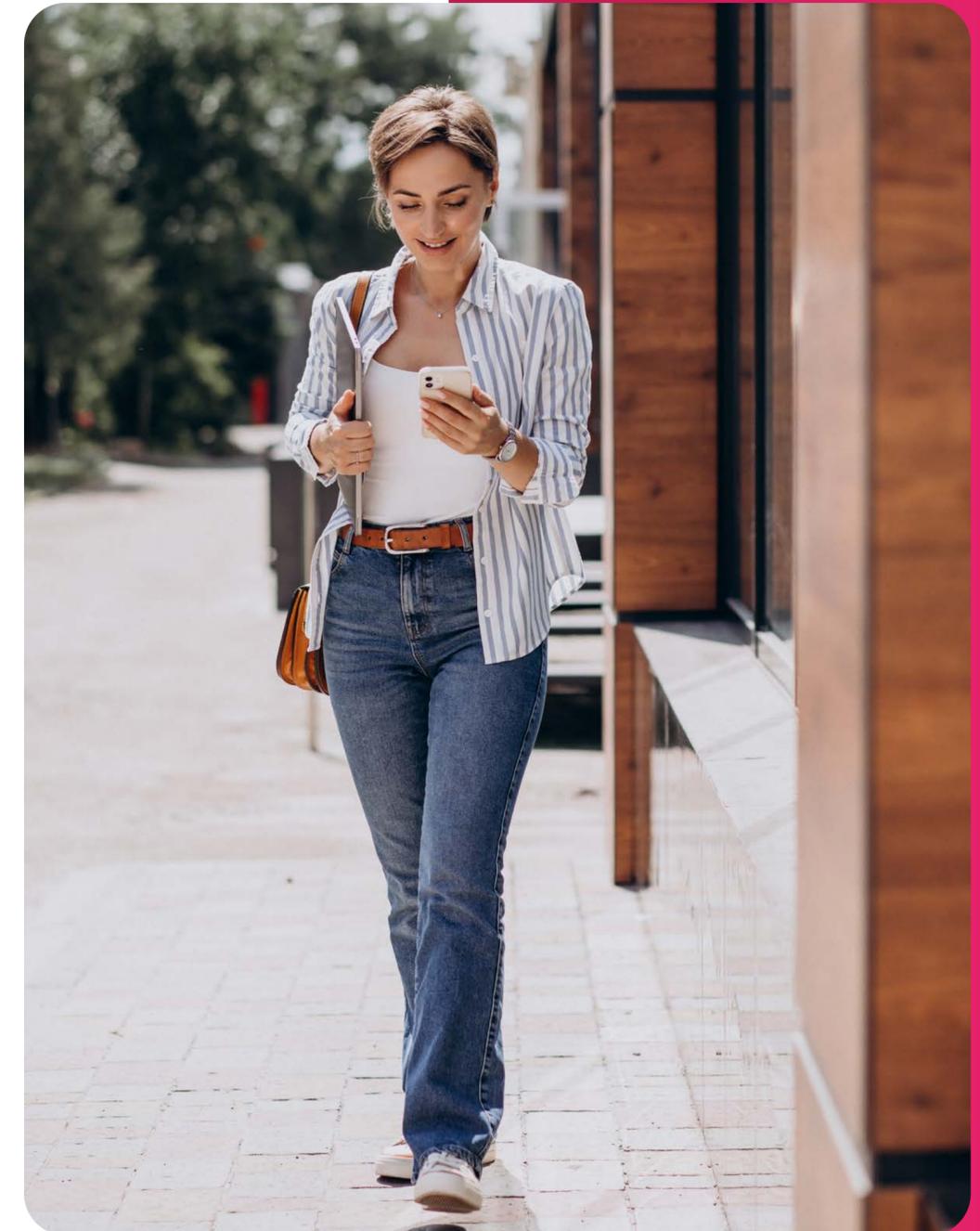
L'influence des fiches Google pour confirmer un choix

L'essentiel à retenir

p.15
p.16

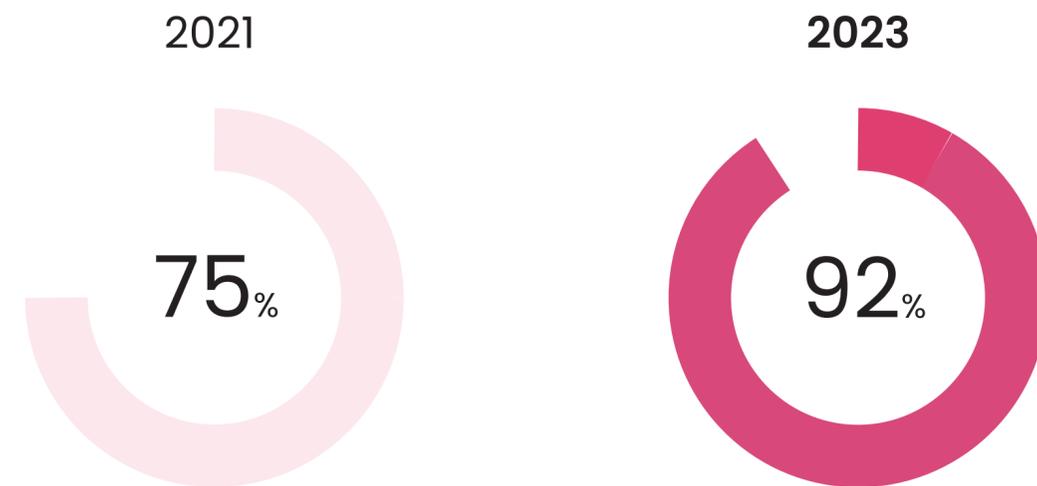
Pour conclure

p.17

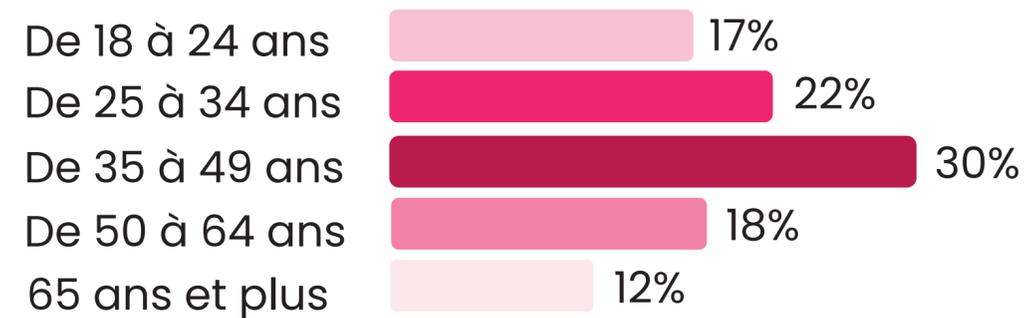


LES AVIS CLIENTS, UNE SOURCE D'INFORMATIONS **AUTHENTIQUE**

Part des Français qui consultent les avis clients sur Internet lors de leur processus d'achat.



Répartition par âge en 2023 :



LES RAISONS PRINCIPALES DE LA **CONSULTATION D'AVIS**

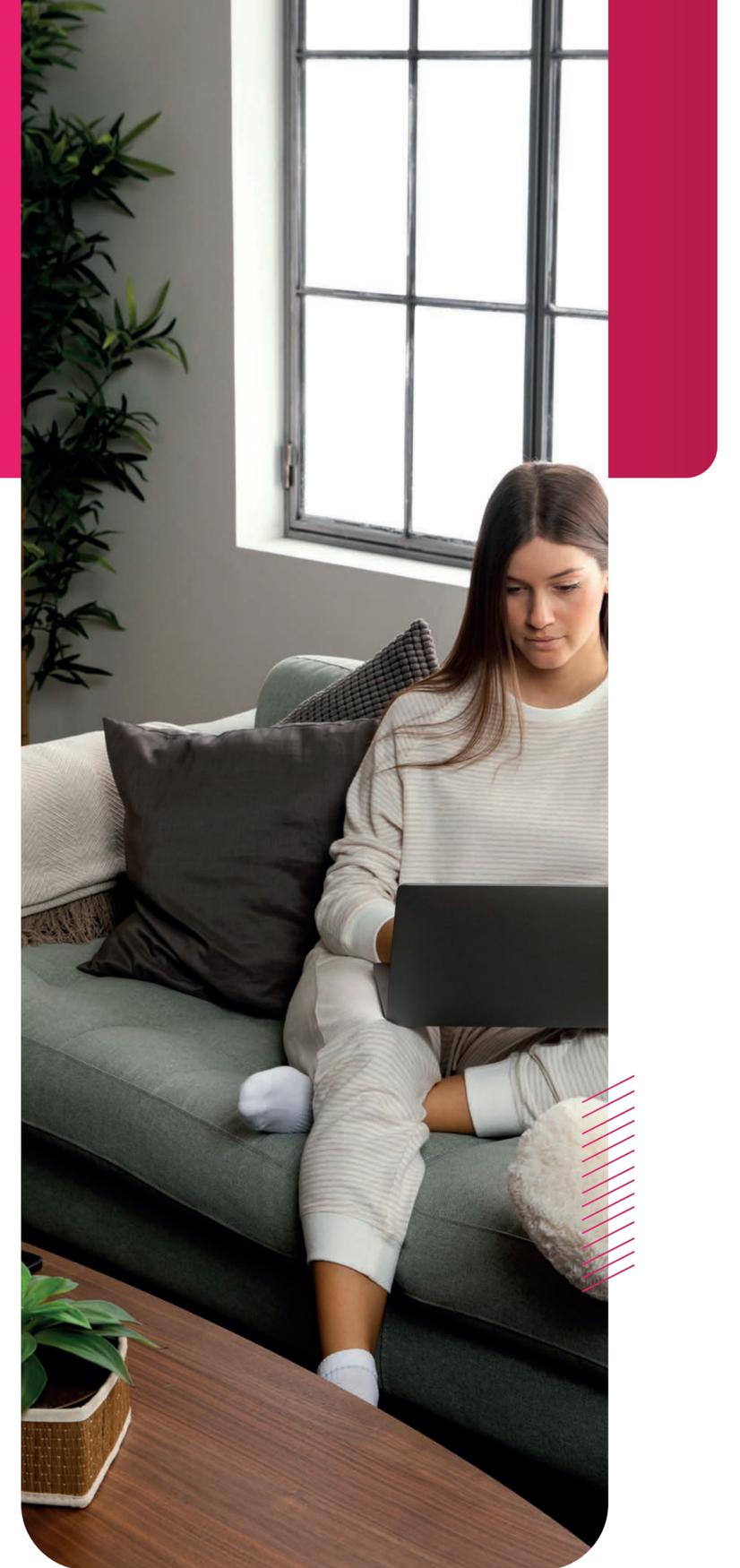
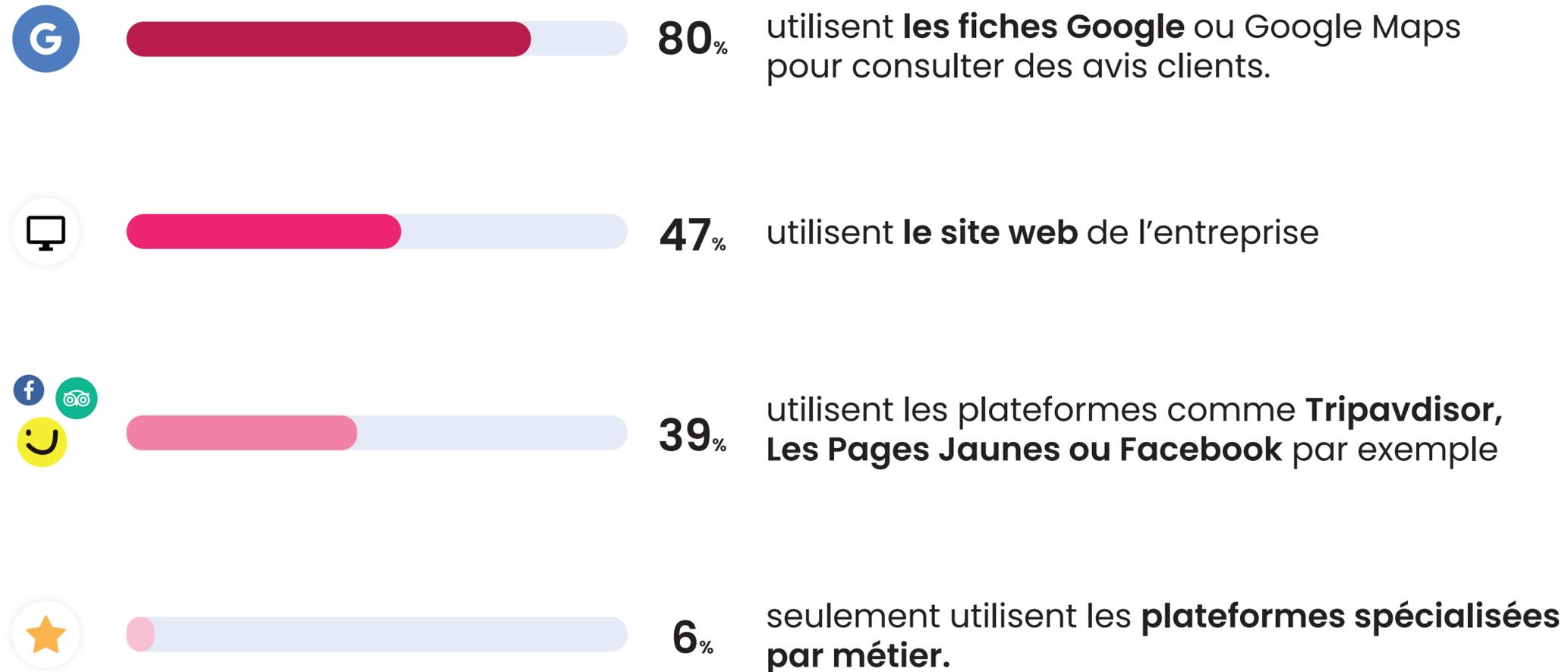
01 **60%** regardent des avis lorsqu'ils **hésitent** entre plusieurs établissements et qu'ils souhaitent **comparer**, notamment les moins de 35 ans (57%).

02 **52%** d'entre eux pour **vérifier la réputation** d'un établissement avec lequel ils souhaitent travailler.

03 **26%** d'entre eux s'en servent pour **s'inspirer et trouver** un établissement.



LES PLATEFORMES UTILISÉES POUR **CONSULTER DES AVIS**



PARTIE 1, L'ESSENTIEL À **RETENIR**

La consultation d'avis en ligne connaît une forte croissance, avec **une augmentation de 17 points** en deux ans, ce qui souligne l'importance croissante des avis clients dans le **processus décisionnel** des consommateurs.

La répartition par âge indique une utilisation plus élevée des avis chez les 35-49 ans, ce qui peut être attribué à une population économiquement active, souvent en charge de décisions d'achat pour le foyer. Le principal moteur de cette consultation est la **comparaison** entre prestataires.

L'influence de **Google** est indéniable puisque 80% des personnes y consultent des avis, faisant de cette plateforme **un pilier central** de la réputation en ligne.

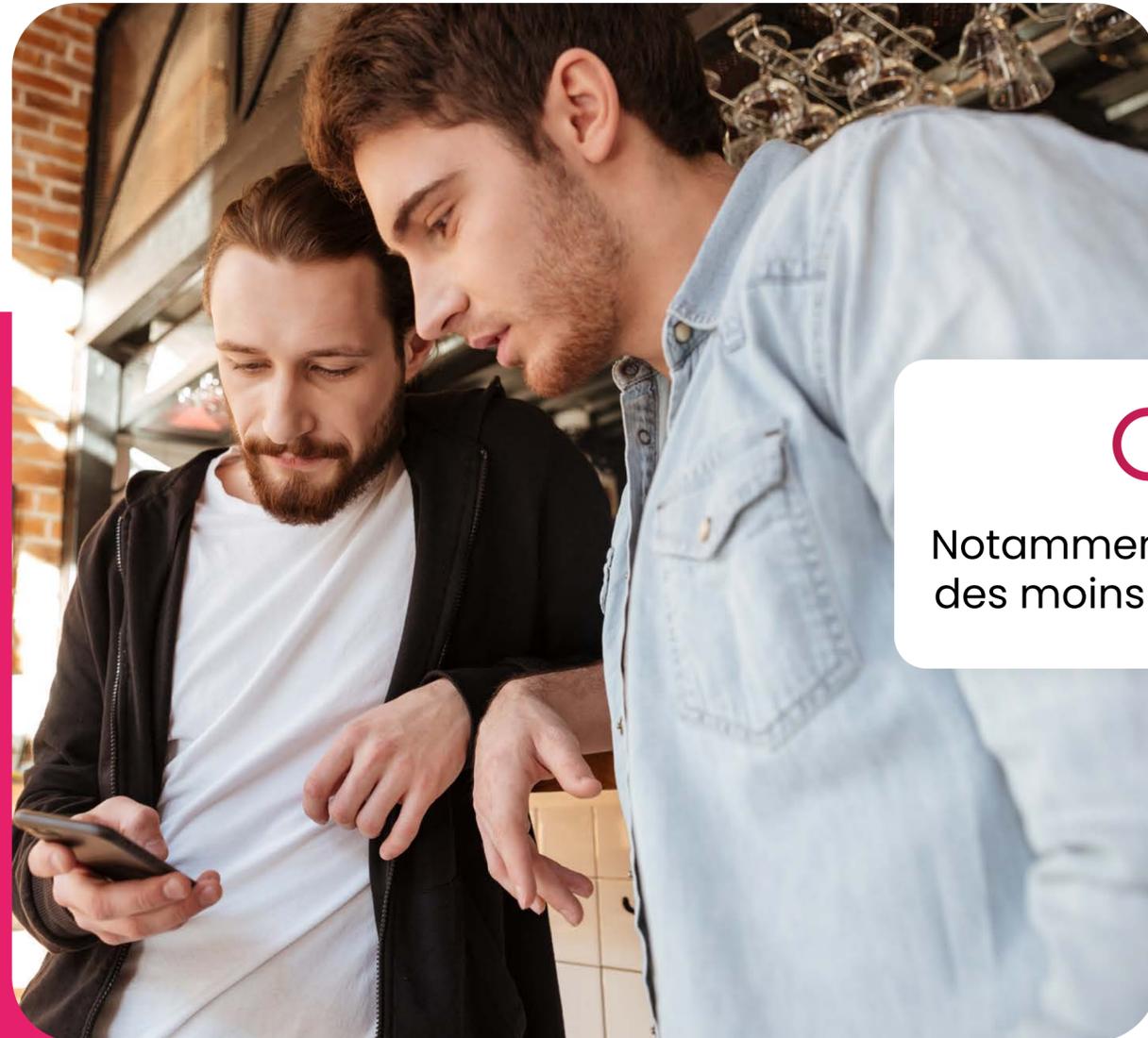


LA CONFIANCE ACCORDÉE AUX **AVIS CLIENTS**

Avis clients ⚡ Publicité

92%

des Français trouvent que les avis clients, issus de vrais consommateurs, **inspirent plus confiance** que la publicité faite par une marque.



Notamment pour 96%
des moins de 35 ans.



LES CRITÈRES DE **CONFIANCE**

01

Avoir **des avis récents** est le critère n°1 pour 69% des Français. Pour être jugés récents, ils doivent dater de moins d'un mois.

02

La note globale est le second critère le plus important lors de la consultation d'avis pour 66% des Français.

03

Un volume d'avis conséquent est déclencheur de confiance pour 45% des Français.

04

La réponse apportée par les professionnels à leurs avis positifs et négatifs est le 4ème critère de confiance pour 35% des Français.

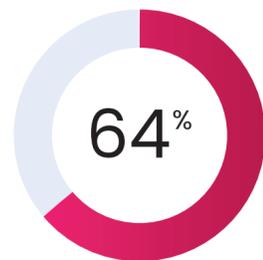


LES NOTES QUI INSPIRENT **CONFIANCE**

Les notes de 4, et 4,5 sont les deux notes paliers à partir desquelles la confiance est davantage accordée.

49% des Français accordent davantage confiance à une entreprise qui possède une note supérieure à 4/5.

51% ont davantage confiance à une entreprise qui possède une note supérieure à 4,5/5.



des 50 ans et plus accordent davantage leur confiance à une note de 4,5 et plus.



LA STRUCTURE DES AVIS QUI INSPIRENT **CONFIANCE**

82% des Français ont davantage confiance en un avis qui possède **une note et un témoignage complet**.



Les moins de 35 ans se fient davantage aux notes, tandis que les plus de 35 ans font davantage confiance aux témoignages.

95%

des Français accordent de l'importance au témoignage.

87%

des Français accordent de l'importance à la note.



9 personnes sur 10 trouvent qu'il est rassurant qu'un professionnel prenne le temps **de répondre** à ses avis clients.



PARTIE 2, L'ESSENTIEL À **RETENIR**

La défiance vis-à-vis de la publicité traditionnelle est évidente, celle-ci étant clairement éclipsée par la puissance des **avis clients authentiques**.

92% des Français considèrent ces avis plus fiables que la publicité. C'est d'autant plus marqué chez les moins de 35 ans, à 96%.

La crédibilité d'un avis est fortement influencée par **sa fraîcheur et la note globale**, témoignant de l'importance d'une gestion proactive et réactive des retours clients par les entreprises.

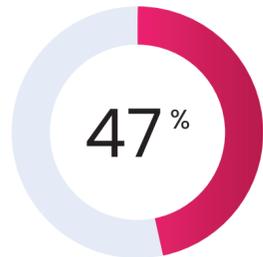
Les notes se situant entre **4/5 et 4,5/5** semblent être le seuil de confiance pour la majorité. Il est également intéressant de noter le clivage générationnel : les jeunes privilégient **la note**, tandis que les générations plus âgées valorisent davantage **le témoignage**.



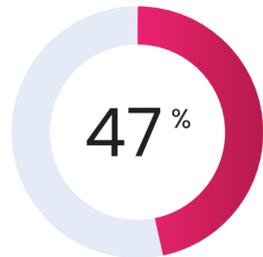
L'IMPACT DES AVIS SUR LES

COMPORTEMENTS D'ACHAT

Les avis clients sur Google ont déjà **servi de déclencheur d'achat pour 77%** des personnes qui les consultent.



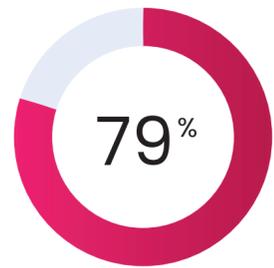
des Français **sont prêts à payer plus cher** leur prestation ou leur produit si les avis et les notes sont meilleurs.



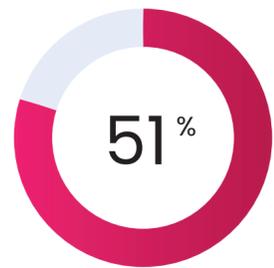
des Français **sont prêts à faire plus de route (kms)** pour choisir un établissement si les avis et les notes sont meilleurs.



DES AVIS QUI INFLUENT SUR LEURS **DÉCISIONS**



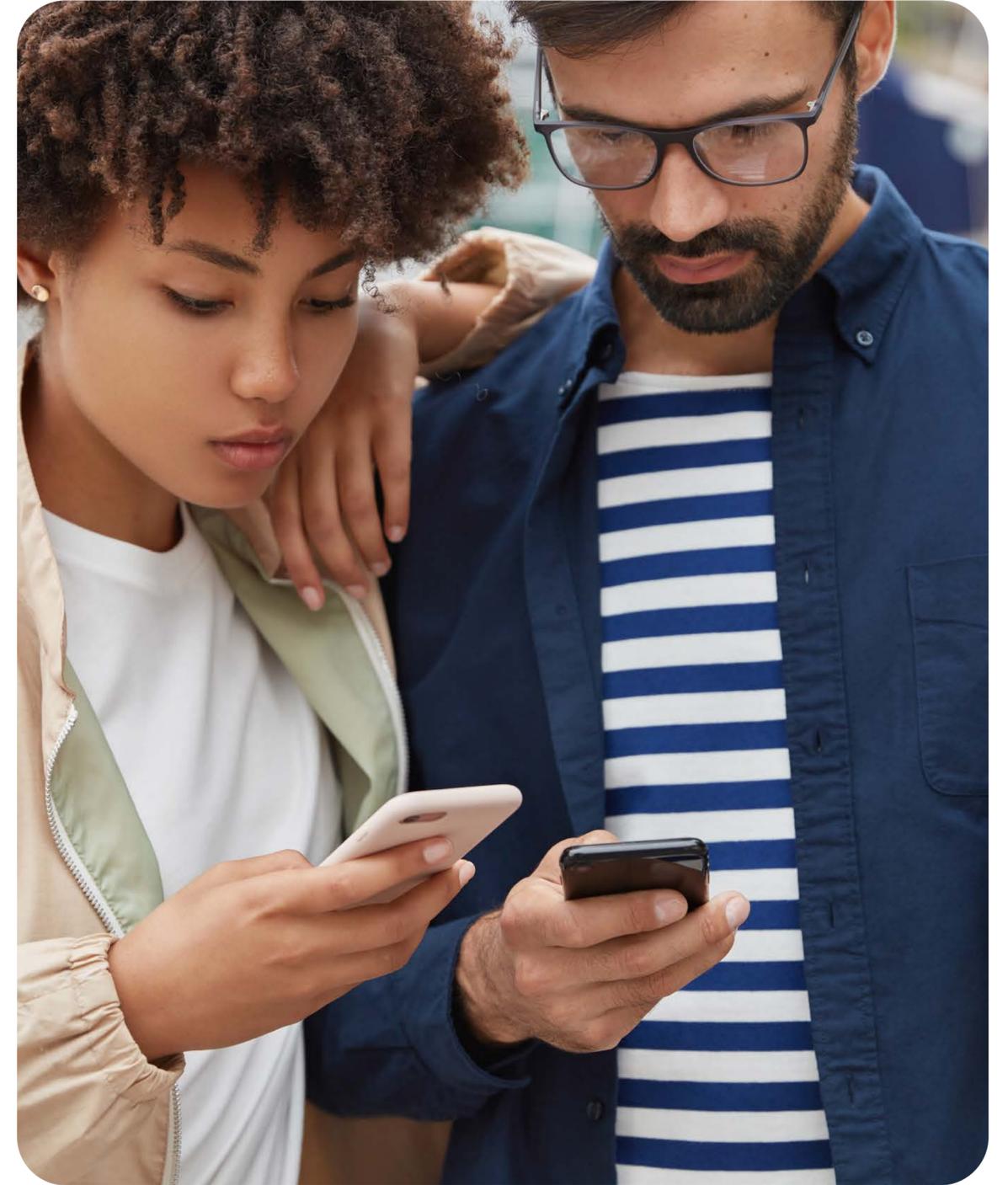
des Français qui consultent les avis clients ont déjà changé d'avis après les avoir lu.



ont déjà annulé une décision car les avis étaient trop négatifs.



Notamment auprès des moins de 35 ans (59%).



PARTIE 3, L'ESSENTIEL À **RETENIR**

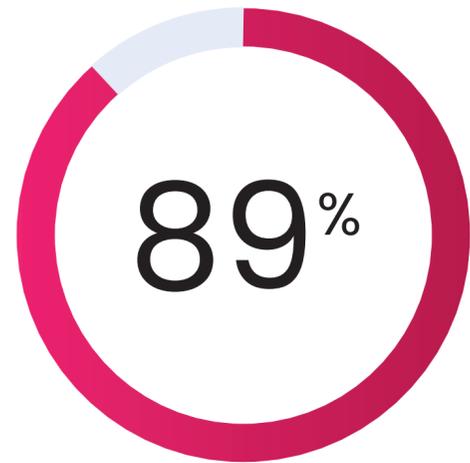
Les avis en ligne ne sont plus simplement consultatifs ; **ils influencent directement le comportement d'achat.**

Plus des trois quarts des consommateurs ont été poussés à l'achat par des avis, ce qui témoigne de leur puissance. Près de la moitié des Français sont prêts à payer plus ou à parcourir une plus longue distance pour bénéficier d'un service ou d'un produit mieux noté, soulignant **la valeur perçue des avis positifs.**

Par ailleurs, la tendance à changer d'avis après la lecture des retours d'autres consommateurs démontre que les avis négatifs peuvent avoir **un coût économique réel** pour les entreprises.



L'INFLUENCE DES FICHES GOOGLE POUR **CONFIRMER UN CHOIX**

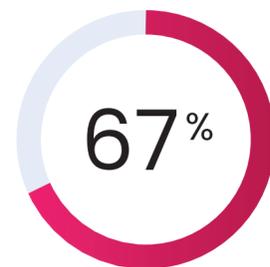


des Français utilisent les fiches Google pour contacter, sélectionner ou confirmer le choix d'un professionnel.

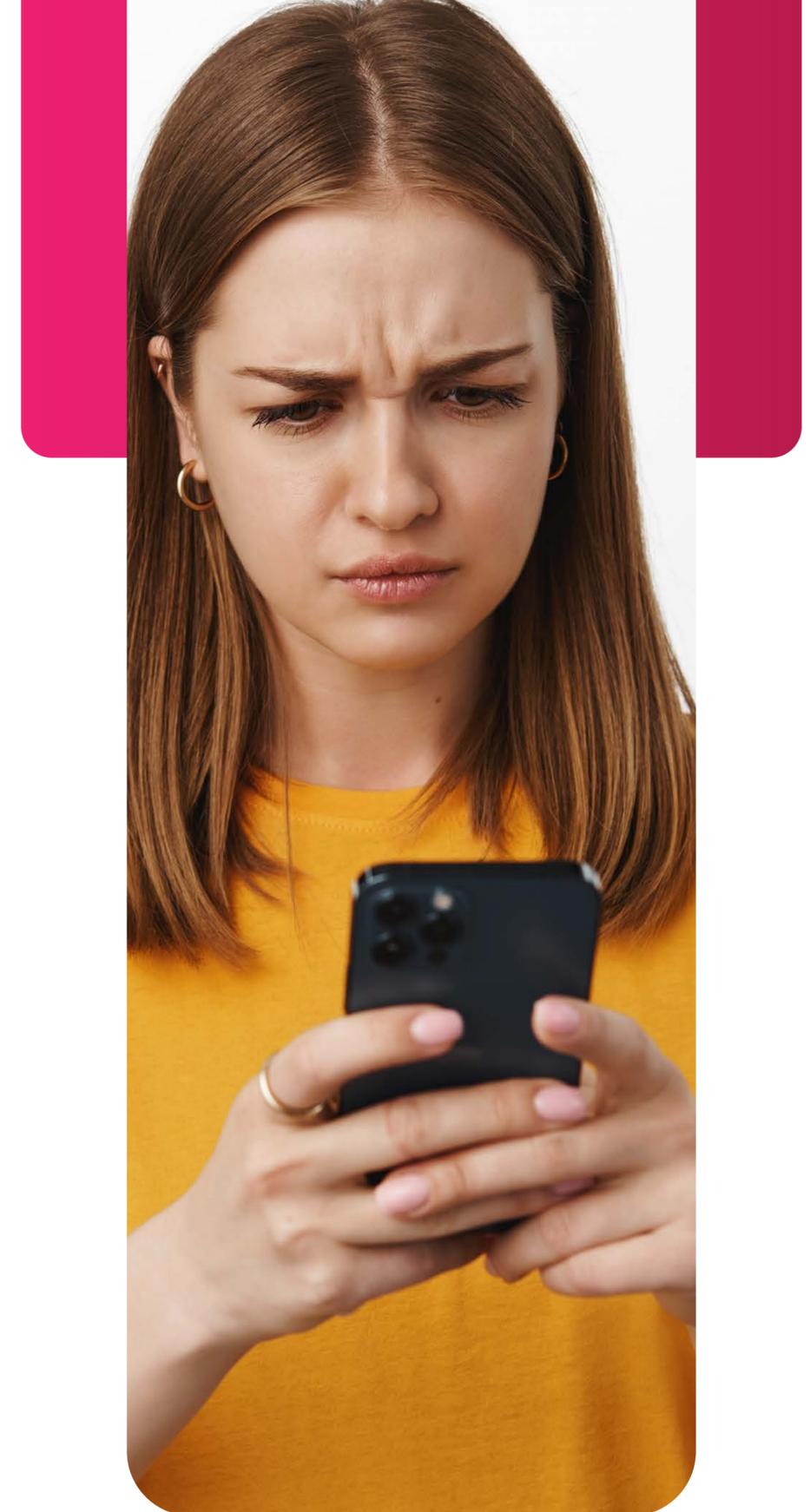


Notamment auprès des moins de 35 ans (51%).

POURTANT



ont déjà été confrontés à une erreur d'horaires, ou d'adresse sur la fiche Google d'une entreprise.



PARTIE 4, L'ESSENTIEL À **RETENIR**

Alors que les fiches Google se sont imposées comme **un outil essentiel** pour les consommateurs, elles sont également devenues une **vitrine incontournable** pour les entreprises.

L'importance de ces fiches, en particulier pour les moins de 35 ans, ne peut être sous-estimée. Mais l'occurrence élevée d'erreurs sur ces fiches montre aussi qu'elles sont à double tranchant.

Une information incorrecte peut rapidement éroder la confiance des consommateurs. Les entreprises doivent donc investir du temps et des ressources pour s'assurer que ces fiches soient à jour, précises et **reflètent fidèlement leur offre et leur qualité de service.**



POUR

CONCLURE



La façon dont les consommateurs interagissent avec les marques et les entreprises évolue rapidement. Le passage de 75% à 92% de Français consultant les avis en ligne en seulement deux ans est un symptôme de cette transformation digitale.

Ces chiffres, bien que frappants, sont le reflet d'une ère où la transparence et l'authenticité définissent la fidélité à une marque. Les 77% de consommateurs influencés par les avis sur Google montrent que **le pouvoir réside désormais dans les mains des consommateurs**, et non plus exclusivement dans les stratégies marketing des entreprises.

L'ère du numérique place le client au centre de toutes les préoccupations, lui accordant un pouvoir sans précédent pour influencer et orienter le marché. L'abandon progressif de la publicité traditionnelle, avec 92% des Français préférant les avis authentiques, révèle un besoin criant de vérité dans un monde saturé d'informations. Les entreprises, plus que jamais, doivent prêter attention à cette tendance et s'adapter à cette nouvelle réalité.

Il est à prévoir que cette dynamique s'intensifie dans les années à venir. L'omniprésence du digital dans nos vies pourrait amener les entreprises à repenser totalement leurs modèles d'affaires, en privilégiant **l'écoute active** de leurs clients et en s'efforçant **de créer une véritable symbiose** avec eux. En somme, nous assistons à un bouleversement des paradigmes traditionnels du commerce, où **la confiance, la transparence et l'authenticité** sont désormais les piliers du succès.



La solution pour piloter votre visibilité locale
et vos avis clients.

En savoir plus 



www.guest-suite.com