

h e g

Haute école de gestion
Genève

Les sites de vente en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ?

Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Gregory Minetto

Conseiller au travail de Bachelor :

Frédéric BESTARD, professeur vacataire

Carouge, le 19 août 2016

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière économie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor of Science en économie d'entreprise.

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse d'analyse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND.
<http://www.orkund.com/fr/student/392-orkund-faq>

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Carouge, le 19 août 2016

Gregory Minetto

Remerciements

Ce travail m'a demandé beaucoup de temps et d'énergie. Aussi, il n'aurait pas été possible de le réaliser sans l'implication d'un grand nombre de personnes qui ont pris le temps de répondre à mes différents questionnaires qui composent mon étude. Je tiens donc à remercier toutes les personnes ayant pris le temps de répondre d'eux-même à mon questionnaire quantitatif.

De plus, je remercie les personnes qui ont accepté de répondre à mes questions qualitatives. Ces personnes ont été très patientes avec moi et leurs réponses ont été très importantes pour mon travail.

Enfin, les personnes qui m'ont accordé une heure de leur temps cet été afin de réaliser mon focus Group. Ils ont parfaitement joué le jeu et je les ai senti très concernés par mon travail tout au long de la réunion. Je les remercie, encore une fois pour leur engagement.

Pour finir, mon conseiller au travail de Bachelor, M. Frédéric Bestard, qui a répondu à toutes mes questions et qui m'a aidé dans la réalisation de ce rapport.

Résumé

Mon travail de Bachelor a pour sujet le commerce en ligne et l'horlogerie. Grâce à une étude de marché complète, je vais tenter de déterminer si les produits horlogers peuvent se vendre en ligne. Pour se faire, j'ai réalisé une étude en trois temps.

La première phase de mon enquête est un questionnaire quantitatif. L'objectif de ce questionnaire est de définir un profil-type d'utilisateur de commerce en ligne. Grâce à ce questionnaire réalisé principalement en ligne, j'ai découvert que les personnes âgées entre 26 et 35 ans sont ceux qui effectuent le plus d'achat via les plateformes de commerce en ligne. C'est donc sur cette base que j'ai continué mon enquête.

La seconde phase est un questionnaire qualitatif. En interviewant une trentaine de personnes répondant au profil-type précédemment défini, j'ai récolté les avis des gens sur le commerce en ligne. J'ai appris grâce à ce questionnaire que le e-commerce était privilégié par les utilisateurs pour des raisons de praticité et de disponibilité puisque le commerce en ligne ouvre les portes des magasins tous les jours de la semaine et 24h/24. De plus, ils considèrent que ces plateformes sont assez sécurisées et que pour finir, ces sites de vente en ligne peuvent s'adapter aux entreprises actives dans le secteur du luxe.

Enfin, mon étude s'est terminée par un focus Group. J'ai effectué cette troisième étape afin de débattre avec d'autres utilisateurs de e-commerce des conclusions que j'avais tirées de mes précédentes étapes. Cet entretien m'a donc permis de voir que les sites de commerce en ligne sont complémentaires aux magasins et que chacun attire ses clients. De plus, certains services proposés par les sites de commerce en ligne ne sont pas très utiles alors que d'autres sont plus importants pour un site de vente à distance de produits horlogers. Pour finir, les nouvelles technologies peuvent apporter beaucoup en terme d'expérience d'utilisation des plateformes de commerce en ligne pour les utilisateurs.

En conclusion, ce travail m'a permis de déterminer que le commerce en ligne peut être bénéfique pour les entreprises horlogères si elles investissent et misent beaucoup sur les services, notamment ceux liés aux nouvelles technologies.

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements	ii
Résumé	iii
Liste des tableaux	vi
Liste des figures	vi
1. Introduction	1
1.1 Le e-commerce	Erreur ! Le signet n'est pas défini.
1.1.1 Avantages et inconvénients du commerce en ligne	3
1.1.1.1 Applications mobiles ou sites Internet Erreur ! Le signet n'est pas défini.	3
1.1.1.2 Pour les consommateurs	4
1.1.1.3 Pour les entreprises	4
1.2 L'horlogerie	5
1.2.1 Les principales causes du ralentissement de l'industrie horlogère	6
1.2.1.1 La crise économique de 2007 impacte l'horlogerie	6
1.2.1.2 L'appréciation du CHF freine les exportations de produits horlogers	7
1.2.1.3 Les smartwatches : un substitut à l'horlogerie traditionnelle	7
1.2.1.4 Le ralentissement de la croissance asiatique	7
1.2.1.5 Les contrefaçons	8
1.2.2 Canaux de distribution actuels des entreprises horlogères	8
1.3 L'horlogerie et le commerce en ligne	8
2. Développement	11
2.1 Analyse quantitative – définition d'un profil type	12
2.1.1 Définition des objectifs et hypothèses de départ	12
2.1.2 Définition de la cible	12
2.1.3 Réalisation de l'étude	13
2.1.4 Analyse des contenus	13
2.1.5 Formulation des résultats	15
2.1.6 Recommandations en lien avec les objectifs	17

2.2	Analyse qualitative	18
2.2.1	Définition des objectifs et hypothèses de départ	18
2.2.2	Définition de la cible.....	18
2.2.3	Réalisation de l'étude.....	19
2.2.4	Analyse des contenus.....	19
2.2.5	Formulation des résultats	23
2.2.6	Recommandations en lien avec les objectifs	24
2.3	Focus Group.....	25
2.3.1	Définition des objectifs et hypothèses de départ	25
2.3.2	Définition de la cible.....	25
2.3.3	Réalisation de l'étude.....	26
2.3.4	Analyse des contenus.....	26
2.3.5	Formulation des résultats	28
2.3.6	Recommandations en lien avec les objectifs	29
3.	Conclusion	30
	Bibliographie.....	33
	Annexe 1 : Résultats du questionnaire quantitatif.....	36
	Annexe 2 : Retranscription réponses questionnaire qualitatif	44
	Annexe 3 : Tableau récapitulatif des réponses questionnaire qualitatif .	104
	Annexe 4 : Retranscription Focus Group	105

Liste des tableaux

Tableau 1 : Tableau comparatif des profils **Erreur ! Le signet n'est pas défini.**

Liste des figures

Figure 1 : Dépenses annuelles des ménages privés par Internet : 2004-2013	2
Figure 2: Exportations horlogères en janvier 2016	6
Figure 3 : Résultats de la question « Avez-vous déjà effectué des achats via le commerce en ligne ? » de mon questionnaire quantitatif	13
Figure 4 : Résultats de la question « Quel était approximativement le prix de cette montre ? » de mon questionnaire quantitatif	14

1. Introduction

Depuis le début des années 2000, les nouvelles technologies se sont intégrées dans nos vies et ont considérablement modifié nos habitudes. A commencer par le développement d'Internet. L'introduction massive d'Internet dans nos ménages a fait augmenter l'utilisation des ordinateurs à des fins privées. Depuis, de nouveaux appareils connectés ont vu le jour, accentuant encore l'utilisation du net comme les smartphones, ces téléphones qui n'en sont plus. En effet, ils nous permettent de naviguer sur Internet, de suivre nos dépenses caloriques lorsque l'on fait du sport et même de payer nos achats. Bien que ces fonctionnalités soient très appréciées des utilisateurs, une nouvelle tendance a connu un développement sans précédent grâce à ces outils : le commerce en ligne.

1.1 Le E-commerce

Le commerce en ligne ou e-commerce, permet de commander des articles grâce à un outil informatique sans se déplacer en magasin et de se faire livrer directement à domicile. On parle de e-commerce pour tout achat effectué via Internet. Cependant on distingue les achats effectués à partir de smartphones et tablettes : le m-commerce (mobile commerce). Bien que les achats effectués sur Internet soient en augmentation, se sont les achats de m-commerce sur smartphones et tablettes qui progressent le plus¹. L'ordinateur, qui est l'outil le plus utilisé pour effectuer des achats sur le net connaît une croissance moins importante que les appareils mobiles pour effectuer des achats en ligne. Dans le monde, les sites de vente à distance ont généré un chiffre d'affaire de 1671 milliards de dollars en 2015². C'est 25% de plus qu'une année auparavant. Ce chiffre d'affaire a été réalisé par plus d'1,4 milliards d'utilisateurs³ dans le monde entier et les principaux achats effectués sur les sites de commerce en ligne concernent les livres et la musique, suivis des produits de santé/beauté et du prêt-à-porter.

1 DEVER, Eglantine, 2016. HiMedia Group [en ligne]. 26 novembre 2015. Date de mise à jour. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.himediagroup.com/blog/tag/m-commerce/>

2 2016. Journal du net [en ligne]. 6 mai 2016. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/e-commerce-mondial.shtml>

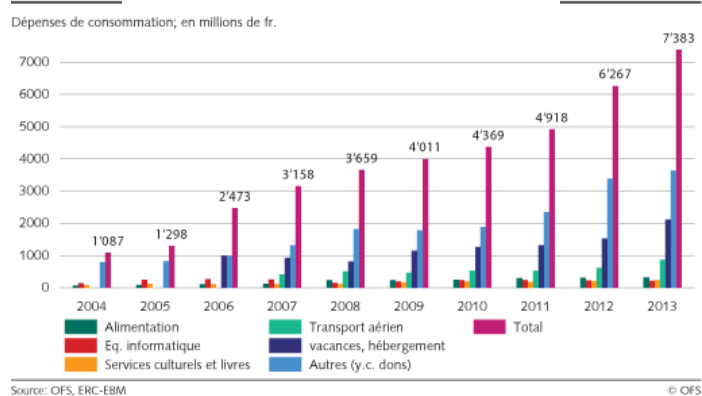
3 STATISTA, 2016. Statista [en ligne]. Février 2016 [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.statista.com/statistics/251666/number-of-digital-buyers-worldwide/>

Les utilisateurs des services de e-commerce sont principalement les Chinois, suivis des américains et des anglais qui viennent compléter ce podium⁴. La part de produits achetés en ligne dans ces pays représente presque 10% des achats totaux. En 2013, les Etats-Unis étaient les principaux exportateurs de produits achetés en ligne⁵ avec presque 385 milliards de dollars de biens exportés grâce au e-commerce. La Chine, L'Angleterre et le Japon arrivent respectivement en 2^{ème}, 3^{ème} et 4^{ème} position.

Ce phénomène, qui permet d'acheter en ligne et de se faire livrer à domicile est devenu à la mode, à tel point qu'on peut aujourd'hui commander en ligne presque n'importe quoi. En effet, on y trouve aujourd'hui des articles électroniques, des habits, des livres, mais aussi des bijoux ou de la nourriture. On comptait en 2014 pas moins de 164'200 sites de e-commerce rien qu'en France soit une augmentation de 14% depuis 2013⁶.

En Suisse, les dépenses effectuées sur vente en ligne s'élèvent à 7,3 milliards de CHF pour l'année 2013. Les principaux achats effectués en ligne sont les dépenses liées aux voyages (transport par avion, logement etc). Viennent ensuite les livres puis les équipements informatiques⁷. Cependant, il est important de remarquer ici

Figure 1 : Dépenses annuelles des ménages privés effectués par Internet : 2004-2013



l'augmentation des dépenses des ménages suisses effectuées par Internet, ce qui montre l'engouement des suisses pour le e-commerce.

4 GUILLET, Marie J, 2015. Emarketing [en ligne]. 1er octobre 2015. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.emarketing.fr/Thematique/retail-1001/Infographies/ecommerce-dans-le-monde-259722.htm>

5 2013. Emarketer [en ligne]. 5 février 2013. [Consulté le 12 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

6 BLERIOT, Sébastien, 2015. J'optimise mon site [en ligne]. 2015. [Consulté le 15 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.joptimisemonsite.fr/chiffre-affaires-ecommerce-france/>

7 OFS, 2015. Office fédérale de la statistique [en ligne]. 24 novembre 2015. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30108.301.html?open=327,1#1

Ces dépenses sont principalement effectuées sur les sites des entreprises dédiées au commerce en ligne comme Amazon ou l'application Wish qui sont généralisés et vendent une large gamme de produits allant des livres aux produits de beauté. Mais il est possible de trouver certaines marques qui vendent leurs produits directement sur leur site Internet comme Décathlon, la FNAC ou Darty. Il existe deux grandes familles de plateformes de commerce en ligne et chacune présente des avantages et inconvénients. Premièrement les sites Internet. Ce sont des sites accessibles par tout appareil disposant d'une connexion Internet. Puis, les applications mobiles. Ce sont des logiciels spécialement conçus et optimisés pour les smartphones et tablettes. Chacune de ces solutions de e-commerce possède des avantages et inconvénients.

1.1.1 Avantages et inconvénients du commerce en ligne

1.1.1.1 Applications mobiles ou sites Internet

Les applications pour commencer, relatives au m-commerce ont pour avantages d'être optimisées pour les smartphones, outils toujours plus utilisés pour effectuer des achats en ligne. Elles offrent une ergonomie et une fluidité supérieure aux sites internet. De plus, elles sont souvent accessibles, une fois téléchargées, sans connexion Internet, contrairement aux sites. Malgré ces avantages, les applications mobiles ont également des inconvénients.

Tout d'abord, le coût relatif au développement d'une application est plus élevé que pour un site Internet puisqu'il faut en général compter des charges entre 3 et 10 fois plus élevées que pour un site Internet. Il faut en plus la mettre régulièrement à jour en fonction des évolutions des systèmes d'exploitation des smartphones. Ensuite, pour pouvoir mettre une application mobile sur une plateforme de téléchargement comme Apple Store, il faut répondre à de nombreuses normes, souvent différentes d'un store à un autre. Ces directives peuvent être perçues comme de lourdes contraintes pour les entreprises et un frein au développement de l'application.

En ce qui concerne les sites Internet, ils permettent aux utilisateurs n'ayant pas de smartphones de se rendre sur la plateforme pour effectuer des commandes. C'est donc un public plus large qui est concerné. En outre, le site internet est unique et peut être consulté par tout le monde. Au contraire, une application est un logiciel et doit être adapté au système d'exploitation du smartphone (IOS, Android etc..).

Les principaux inconvénients des sites sont la nécessité d'une connexion Internet, et le manque de notifications. En effet, comme mentionné plus haut, les applications sont accessibles hors connexion contrairement aux sites, ce qui rend les applications plus facilement utilisables. Enfin, les applications offrent souvent un service de notifications, qui permettent de tenir les clients informés des nouveautés, ce que les sites Internet ne

permettent pas de faire. Ces messages personnalisables permettent d'entretenir une relation avec le client plus intime qu'avec la communication par mail.

1.1.1.2 Pour les consommateurs

D'un point de vue utilisateur, il existe de nombreux avantages à commander en ligne. Premièrement, le e-commerce permet de rester à son domicile pour faire ses achats, ce qui représente un gain de temps important. Mais s'il est indispensable pour nous d'essayer ou d'avoir un premier contact avec le produit désiré, on peut grâce au e-commerce repérer où le trouver au prix le plus attractif pour ensuite l'acheter en boutique. Faire ces achats par le biais du e-commerce permet de comparer les prix entre les pays où même entre les différents magasins qui proposent cet article. Le commerce en ligne offre la possibilité de découvrir des articles qui ne sont peut-être pas en rayon comme de nouvelles collections ou des articles en rupture de stock en magasin. Pour finir, le commerce à distance nous ouvre les portes des magasins tous les jours de la semaine et 24 heures sur 24.

En revanche, il existe certains inconvénients avec cette pratique. D'abord, le manque de relations humaines avec le vendeur qui peut conseiller ou aider. Il est également impossible de tester le produit via Internet. Ensuite, la possibilité de tomber sur un site malveillant n'est pas exclue, ce qui explique que les utilisateurs ont parfois du mal à communiquer leurs informations bancaires qui sont presque obligatoires pour commercer en ligne. Pour finir, le point le plus inconvénient du commerce en ligne est le délai de livraison. En effet, lors d'achats en boutique, on repart directement avec les produits. Lors de commerce à distance on ne parle pas d'achat mais de commande. Il faut alors attendre la livraison, qui est souvent source de frais supplémentaires. Le délai de livraison varie de plusieurs jours à plusieurs mois selon l'article commandé et le lieu de départ de la commande.

1.1.1.3 Pour les entreprises

Ce nouveau canal de distribution, offre la possibilité aux entreprises de toucher un public qui, jusque là n'était pas atteignable avec ses boutiques. De plus, le e-commerce permet aux entreprises d'avoir plus d'informations sur les utilisateurs en suivant leurs achats. Les données clients étant très importantes aujourd'hui pour les entreprises, suivre les commandes des clients peut apporter d'utiles informations sur les utilisateurs. Les entreprises peuvent grâce à cela créer des offres personnalisées pour chaque consommateur en fonction de ses habitudes et de ses goûts dans le but d'améliorer son expérience lors de ses visites dans la boutique en ligne. En outre, le commerce en ligne permet de réduire le nombre d'intermédiaire entre l'entreprise et le consommateur final,

ce qui donne la possibilité aux firmes de proposer leurs produits avec une marge plus importante qu'en boutique. Pour finir, certaines charges imputées aux magasins ne sont pas présentes lorsqu'on fait du commerce en ligne, tel que le loyer de la boutique ou les charges usuelles (électricité etc.).

Cependant, ouvrir une plateforme de commerce en ligne présente également des risques pour les entreprises. Tout d'abord, beaucoup de services proposés en boutique ne peuvent être reproduits sur un site de commerce en ligne. De plus, beaucoup de personnes ne font pas encore assez confiance en Internet pour y communiquer leurs informations bancaires, pouvant ainsi freiner certains achats. Finalement, le risque que la vente en ligne ne cannibalise la vente en boutique et ne plus voir de clients acheter en magasin est également important.

Malgré les risques et les désavantages du commerce en ligne, il peut être très intéressant pour les entreprises d'investir dans ce canal. Beaucoup de petites boîtes en difficulté ont eu recours à cette pratique afin de relancer leur commerce. Mais le commerce en ligne est-il bénéfique pour toutes les industries ?

1.2 L'horlogerie

L'industrie horlogère par exemple, évolue aujourd'hui dans un environnement très difficile. En effet, dans un contexte post crise financière et de ralentissement de la croissance asiatique, les exportations horlogères ont été en diminution en 2015 par rapport à 2014⁸. En Suisse, par exemple, principal pays exportateurs de montres, les exportations relatives aux produits horlogers représentaient 7,7% des exportations totales du pays pour un montant de 21,5 milliards⁹ de francs suisses. Le secteur se place en 4^{ème} position derrière l'industrie chimique et pharmaceutique (30% à 84,6 milliards de CHF), les métaux précieux (27% à 74,5 milliards de CHF) et l'industrie des machines et de l'électronique (11% à 31 milliards de CHF). Il existe en Suisse plus d'une cinquantaine de marques de montre employant un peu moins de 60'000 personnes¹⁰ pour l'année 2014. Cependant, les exportations de montres sont actuellement en diminution depuis 2015.

8 OFS, 2016. Office fédérale de la statistique [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/05/blank/key/ausfuhr/warengruppen.html>

9 OFS, 2016. Office fédérale de la statistique [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/05/blank/key/ausfuhr/warengruppen.html>

10 24 Heures, 2015. Effectif en hausse dans l'industrie horlogère. 24 heures [en ligne]. 7 juillet 2015. . [Consulté le 26 juin 2016]. Disponible à l'adresse:

Figure 1 : Exportations horlogères en janvier 2016

Produits	Pièces en mio.	Variation en %	Mio. de CHF	Variation en %
Montres-bracelets	1,9	-13,8%	1'431,1	-8,1%
Autres produits			88,1	-5,0%
Horlogerie totale			1'519,2	-7,9%

FHS, 2016

La baisse des exportations de produits horlogers suisses dans le monde s'élève à 3,3% sur l'ensemble de l'année 2015. En janvier 2016, selon les statistiques de la Fédération de l'Industrie Horlogère suisse, la diminution des exportations est de 7,9% en comparaison avec

janvier 2015. Cette diminution des exportations s'explique par une baisse de la demande à Hong Kong (-40,3% depuis 2014) et des Etats-Unis (-6%).

1.2.1 Les principales causes du ralentissement de l'industrie horlogère

Comment expliquer ce ralentissement économique du secteur horloger suisse? Cinq facteurs influents sont à l'origine de cette tendance :

1.2.1.1 La crise économique de 2007 impacte l'horlogerie

Premièrement, la crise des subprimes, qui a éclaté aux Etats-Unis en 2007, a provoqué une réaction en chaîne pour finalement impacter le monde entier. Cette crise, qui a beaucoup touché les banques et les états, a provoqué une augmentation du chômage mondial dû aux faillites de certaines grandes institutions telles que Lehman Brothers. Cette augmentation du chômage a provoqué une baisse des dépenses des ménages. Le commerce international dont l'industrie horlogère dépend énormément a connu suite à cela un ralentissement des échanges. En effet, les échanges internationaux de biens et services ont diminué dès l'année 2009¹¹. Durant cette année, les échanges commerciaux de marchandises ont diminué en moyenne de 12% sur l'ensemble de l'année par rapport à 2000. La plus grande diminution a été enregistrée par les produits manufacturés dont l'horlogerie fait partie qui ont subi une baisse de 15,5% durant la même période.

1.2.1.2 L'appréciation du CHF freine les exportations de produits horlogers

Ensuite vient l'appréciation du franc suisse par rapport aux autres monnaies. La Suisse étant principalement un pays exportateur, le taux de change du CHF a un impact direct sur son économie. Pour rappel, c'est en 2011 que la Banque Nationale Suisse décide de mettre en place un taux plancher de 1,20CHF pour 1 Euro. Cette initiative permet de

<http://www.24heures.ch/economie/Effectifs-en-hausse-dans-l-industrie-horlogere-/story/17586228>

11 OMC, 2010. Organisation Mondiale du Commerce. 2010. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/its2010_f/its10_world_trade_dev_f.pdf

maintenir la compétitivité de la Suisse dans l'économie mondiale. Mais en janvier 2015, la BNS retire le taux plancher qui devient trop compliqué à maintenir en place. Ceci a eu pour effet d'augmenter la valeur du franc suisse vis à vis des autres monnaies. Cette appréciation du CHF a provoqué une diminution des exportations et une augmentation des importations en Suisse. En effet, lorsque le CHF est surévalué, il coûte plus cher pour un étranger d'acheter des produits suisses. Il va alors privilégier les achats locaux ou provenant d'autres pays. Ceci explique en partie la baisse de 3,3% des exportations horlogères suisses mentionnées plus haut.

1.2.1.3 Les Smartwatches : un substitut à l'horlogerie traditionnelle

De plus, l'arrivée des montres connectées sur le marché a accentué ce phénomène. Commercialisées dès 2014, ces Smartwatches ont des fonctionnalités que les montres traditionnelles ne peuvent offrir et freinent la croissance de l'horlogerie mécanique. Ces montres connectées sont vendues comme un substitut aux montres traditionnelles et leur prix varie en général entre 100 et 1000 CHF, ce qui correspond à la gamme de prix des montres de la gamme moyenne, beaucoup touchée par le ralentissement des exportations horlogères¹². L'évolution entre 2014 et 2015 des ventes de Smartwatches a bondit dans toutes les régions du monde. Le marché des montres connectées est dominé par Apple et Samsung, dont proviennent huit Smartwatches vendues sur dix. Bien que ces Smartwatches soient obsolètes après quelques années, elles attirent toujours plus de consommateurs friands de nouvelles technologies qui délaissent les montres mécaniques pour ces gadgets.

1.2.1.4 Le ralentissement de la croissance asiatique

Le ralentissement de la croissance asiatique a un impact directe sur les exportations horlogères. Hong Kong et la Chine font partis des plus gros pays importateurs de produits horlogers suisses. A eux deux, ils représentent plus de 20% des exportations horlogères suisses¹³. Si on rajoute à ses deux pays le Japon et Singapour, on arrive à presque 30% des exportations horlogères suisses. Les exportations en direction de l'Asie sont en diminution depuis 2014. Le premier semestre 2016 en est un exemple puisque Hong Kong, le Japon, la Chine et Singapour ont importés respectivement 40,8%, 3,9%, 9,2%

12 AMOS, Flore, 2016. Les montres de 200 à 500 francs davantage touchées par le recul des exportations. Le temps. 26 janvier 2016 [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse: <http://www.letemps.ch/economie/2016/01/26/montres-entre-200-500-francs-davantage-touchees-recul-exportations>

13 FHS, 2016. Fédération de l'industrie horlogère suisse FH [en ligne]. 21 juillet 2016. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.fhs.ch/file/59/comm_160101_f.pdf

et 5,9% de moins que la même période en 2014. Il s'agit des quatre pays asiatiques présents dans le top 10 des destinations des exportations horlogères suisses. La situation économique de l'Asie a donc un impact direct sur les exportations de produits horlogers suisses.

1.2.1.5 Les contrefaçons

Pour finir, les contrefaçons. Elles existent depuis toujours et pas seulement dans l'horlogerie. Cependant, selon la Fondation de la Haute Horlogerie, le chiffre d'affaire du commerce de contrefaçons horlogères s'élèverait à 500 milliards de dollars dans le monde¹⁴. Beaucoup de consommateurs sont fières de porter une « Rolix » ou « Omoga », vendues bien moins chères que les montres des vraies marques. Les fabricants de ces imitations font de l'ombre aux marques. Les copies étant de plus en plus des répliques exactes des fabrications originales qu'il devient difficile de les différencier. Ces contrefaçons sont un réel enjeu pour les entreprises.

1.2.2 Canaux de distribution actuels des entreprises horlogères

Concernant la vente et la distribution, les entreprises horlogères choisissent les canaux correspondant le mieux à leurs valeurs et leur stratégie. Ainsi, on trouve des montres bas de gamme dans les supermarchés, les kiosques etc. On trouve aussi ce genre de produit sur des sites de commerce en ligne très généralisés. Cette stratégie commerciale permet à ces fabricants de toucher un maximum de personne avec des produits peu onéreux. Il s'agit généralement de montres coûtant moins de 50.- destinées au grand public.

Cependant, plus on cherche une montre complexe et donc plus cher, plus il devient difficile d'en trouver. On trouve par exemple ce genre de produits chez les détaillants officiels ou les boutiques de la marque. Les stratégies ne sont donc pas les mêmes pour toutes les marques. Certaines cherchant seulement à attirer une clientèle aisée alors que d'autres préfèrent séduire une clientèle jeune, familiale en s'adressant au grand public. Ces canaux de distribution peuvent représenter un frein pour de potentiels clients qui n'ont peut-être pas le temps de chercher ou acheter une montre et encore moins de temps pour se déplacer. C'est pourquoi de plus en plus de marques horlogères se tournent vers le digital pour vendre leurs produits.

¹⁴ Haute Horlogerie. Haute Horlogerie [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.hautehorlogerie.org/fr/la-fondation/lutte-contre-la-contrefacon-horlogere/horlogerie-et-contrefacon/>

1.3 L'horlogerie et le commerce en ligne

En effet, le commerce en ligne est au centre de nombreuses discussions des entreprises horlogères. Alors que certains fabricants comme le genevois Patek Philippe n'estime pas judicieux d'investir dans le commerce en ligne, d'autres, au contraire y voient un gros potentiel commercial. Par exemple, la marque Swatch propose de commander ses montres directement sur leur site Internet et de le recevoir à la maison.

Un autre exemple, Cartier, dont la cible est une clientèle plus aisée que Swatch, offre également un service de vente à distance via leur site Internet. On remarque en plus un panel de services proposés aux utilisateurs qu'il n'y a pas sur le site de vente de Swatch. Par exemple, si un article nous plaît mais que les informations fournies sur le site ne suffisent pas à répondre à nos questions, on peut demander gratuitement qu'un petit fascicule d'informations sur la montre nous soit envoyé. De plus, on a la possibilité de prendre rendez-vous avec un conseiller. Tous ces services offerts en plus montrent que la clientèle n'est pas la même d'une marque à une autre et que les services offerts doivent répondre aux attentes des clients en étant un maximum en adéquation avec la qualité des services proposés en magasins.

D'autres fabricants ont, quant à eux, investis dans le commerce en ligne mais uniquement dans certains marchés. Tissot, par exemple offre un service de commerce en ligne aux Etats-Unis, en Angleterre, France et Allemagne, mais pas en Suisse. D'autres marques font appels à des détaillants sur le net à l'image de Zénith qui vend ses produits sur la plateforme « mrporter.com » depuis octobre 2015 et devint alors la première marque horlogère de luxe à faire appel à un détaillant spécialisé dans la vente en ligne. Très peu de marques horlogères ont investi dans le commerce en ligne aujourd'hui. Bien que ce canal ouvre les portes à un public plus large, certains fabricants préfèrent assurer un service de qualité en magasin ou continuer de vendre par le canal « traditionnel » en misant sur la rareté du produit. Ces entreprises ne trouveront peut-être aucun intérêt dans le commerce en ligne car celui-ci ne colle pas à l'image de la marque ou n'est tout simplement pas dédiés aux clients habituels de l'entreprise.

Comme peu d'entreprises horlogères proposent un service de commerce en ligne en Suisse, je vais conduire une étude de marché auprès de potentiels utilisateurs de commerce en ligne afin de définir s'il est bénéfique aux entreprises horlogères d'investir dans le e-commerce. Le commerce en ligne peut-il les aider à relancer leur activité ? Mon étude de marché sera entièrement faite sur Genève mais pourrait devenir une base pour une étude à plus grande échelle.

Afin d'établir une enquête la plus précise et complète possible, je vais me baser sur les cours de marketing de 2eme année « Comportement du consommateur et études de marché ». Ce cours, au quel j'ai porté beaucoup d'attention va me servir de base pour établir correctement mes questionnaires ainsi que pour analyser les données. De plus, j'ai élaboré mes questionnaires à l'aide du cours de statistique d'enquête de deuxième année.

2. Développement

Mon analyse de marché va se passer en trois temps. Une première enquête quantitative va me permettre de définir le profil-type des personnes à interviewer pour la partie qualitative de mon étude. De plus, elle me donnera un premier aperçu des tendances du marché du e-commerce à Genève. Le questionnaire quantitatif a été créé à partir de l'application Google Form, qui permet de créer un questionnaire de toute part et de l'envoyer par mail. Je vais donc envoyer ce questionnaire par mail à mes connaissances et à mes proches mais cela ne suffira pas à avoir assez de données afin d'avoir une analyse précise. J'ai aussi publié mon questionnaire sur ma page Facebook, qui me permettra de récolter plus de données. Je vais donc également imprimer le document et interviewer des personnes dans la rue. Les questionnaires en face à face cibleront principalement des personnes des tranches d'âge peu présentes dans mon entourage comme par exemple les 36-45 ans et plus afin d'avoir un échantillon représentatif de la population genevoise. Ce questionnaire ne prend pas plus de 5 minutes à répondre.

La deuxième partie de mon enquête, le questionnaire qualitatif me sera utile pour connaître les ressentis des utilisateurs du commerce en ligne. La cible de ce questionnaire sera le profil-type d'utilisateurs de commerce en ligne repéré grâce à ma première enquête quantitative. J'aurai alors un profil-type à interroger, ce qui me permettra d'avoir l'avis des utilisateurs principaux du commerce en ligne. La partie qualitative me servira pour définir les attitudes et sentiments des clients vis-à-vis du commerce en ligne. Il sera effectué uniquement en face à face et composé de questions ouvertes. Une fois les résultats de ces questionnaires analysés, ils me fourniront une base pour l'étape suivante, le focus group.

Cette troisième étape viendra compléter mon enquête. Il s'agit d'un focus group. Ce focus group sera utile pour moi afin d'avoir l'avis d'autres utilisateurs et de créer le débat sur certains points relevés lors des deux premières étapes de mon étude. Cet entretien de groupe durera environ une heure et sera composé de 6 à 10 personnes âgées entre 20 et 35 ans effectuant du commerce en ligne.

Ma méthodologie adoptée pour ces trois étapes de mon étude de marché est séparée en six phases distinctes : Définition des objectifs et des hypothèses de départ, définition de la cible, réalisation de l'étude, analyse des contenus, formulation des résultats et pour finir les recommandations en lien avec les objectifs de l'enquête.

2.1 Analyse quantitative – définition d'un profil type

2.1.1 Définition des objectifs et hypothèses de départ

La première partie de mon enquête a pour objectif de définir un profil type pour le questionnaire qualitatif. L'objectif est donc de déterminer qui utilise le plus le commerce en ligne parmi la population genevoise, qui serait le plus susceptible d'acheter une montre par Internet et si les gens commandent des montres par ce biais. De plus, il me donnera une première impression de ce que les gens pensent de ce canal de distribution.

Mon questionnaire est séparé en deux parties distinctes. Une partie destinée aux utilisateurs du commerce en ligne me permettant de comprendre leurs motivations à acheter en ligne et l'utilisation qu'ils font des plateformes de commerce en ligne (ce qu'ils commandent principalement, et la régularité de leurs commandes). La deuxième partie destinée pour les personnes n'ayant jamais utilisé le e-commerce sera utile pour moi pour m'aider à définir qu'elle tranche d'âge ne fais que très peu d'achat sur Internet. Je poserai principalement des questions à propos du commerce en ligne de façon générale ainsi que des questions plus spécifiques à l'horlogerie dans les deux parties. Une fois les réponses enregistrées, je pourai les analyser et effectuer la deuxième partie de mon enquête, à savoir l'analyse qualitative. Les hypothèses de départ pour le questionnaire quantitatif sont les suivantes :

Hypothèse 1 : Les jeunes (moins de 35 ans) ont plus tendance à utiliser les plateformes de commerce en ligne que les plus de 35 ans.

Hypothèses 2 : Les utilisateurs de plateforme de e-commerce se rendent plus sur des sites généralistes que sur des sites de fabricants.

Hypothèses 3 : La plupart des personnes interviewées n'ont jamais acheté de montre via le commerce en ligne.

2.1.2 Définition de la cible

La cible de mon enquête quantitative est l'ensemble de la population genevoise. Il sera important pour moi d'interviewer des personnes de tout âge, de toutes professions et provenant de classes sociales différentes afin de connaître les habitudes en terme de commerce en ligne de l'ensemble de la population genevoise. Récolter les informations de toutes les tranches d'âge est important puisque c'est ce qui va me permettre d'établir un profil-type pour la suite de mon étude. Les questionnaires seront principalement soumis à des personnes habitant le canton genevois qui est mon lieu de résidence. Selon

mon cours d'étude de marché et de comportement du consommateurs il me faut au minimum 200 questionnaires remplis pour avoir suffisamment de données à analyser.

2.1.3 Réalisation de l'étude

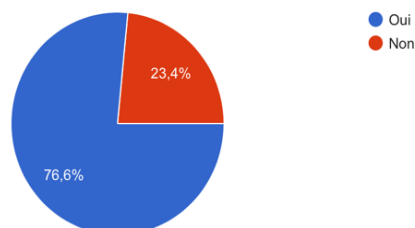
Cette étude a été effectuée par Internet et en face à face. Je suis conscient de la difficulté de recevoir suffisamment de réponses par retour de mail pour avoir le nombre nécessaire de données à analyser. C'est pourquoi j'ai également publié mon enquête sur ma page Facebook afin d'avoir une autre source de réponse. De plus, j'ai pris l'initiative d'aller interviewer des gens dans la rue afin d'accélérer le processus et d'élargir le champ de mon enquête. En effet, comme certaines tranches d'âge ne sont que très peu présentes dans mes relations Facebook et mes connaissances à la HEG, j'ai ciblé les personnes au-delà de 36 ans avec mes questionnaires en face à face. J'ai ensuite moi-même inscrit les réponses obtenues dans mon fichier d'analyse de données. Les interviews en face à face ont eu lieu dans le canton genevois, principalement en vieille ville. Il s'agit du lieu de passage principal du canton où j'avais le plus de chance de rencontrer des personnes de toute catégorie sociale.

En trois semaines, j'ai récolté suffisamment de données pour pouvoir commencer à analyser les résultats, soit 207 réponses. J'ai alors bloqué mon questionnaire sur la plateforme afin de ne plus recevoir de réponses qui auraient pu fausser mon analyse des résultats. Les résultats de mon enquête sont disponibles à l'annexe 1, à la fin de ce rapport.

2.1.4 Analyse des contenus

Ayant atteint les 200 réponses minimum requises pour établir une enquête complète, j'ai donc analysé les données récoltées. Les résultats obtenus durant mon enquête en ligne ont été analysés grâce au logiciel Google Docs et Excel, où j'ai extrait les résultats bruts pour avoir une vue détaillée des résultats obtenus. Parmi les 207 réponses reçues, 52,9% étaient des hommes et 47,1% des femmes. La tranche d'âge la plus représentée dans cette enquête a été la 16-25 ans puisque plus de 50% des personnes qui ont répondu à mon questionnaire était dans cette tranche d'âge. Les tranches d'âges supérieures, à savoir les 26-35 ans, les 36-45 ans et les 46-55 ans

Avez-vous déjà effectué des achats via le commerce en ligne?



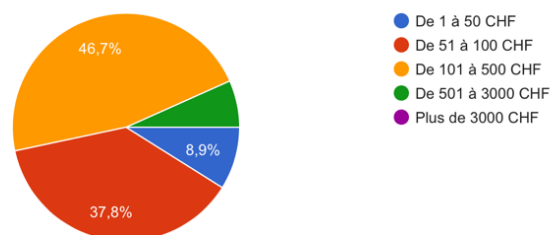
représentent chacune environ 15% du total des personnes ayant répondu à mon questionnaire.

Dans ces 207 personnes, 76,6% ont déjà effectué des achats via des plateformes de commerce en ligne et 65,6% de ces utilisateurs de commerce en ligne possèdent une application permettant de faire des achats par Internet. Bien que 57% des utilisateurs de commerce en ligne ne fassent des achats que moins d'une fois par mois, 41,3% d'entre eux commandent par ces plateformes mensuellement. Ils aiment ce canal à 98,7% et dépensent en moyenne 134.7CHF par commande.

Selon les réponses, ils privilégient les achats en ligne plutôt qu'en boutique pour la disponibilité que cette plateforme offre à 38,7% (le commerce en ligne leur ouvre les portes à toute heure et tous les jours), suivi de du gain de temps (31,3%) qui permet d'éviter les déplacements, du prix qui est souvent avantageux (15,6%) et enfin du vaste choix des articles qui y sont proposés (13,7%). Lorsque je leur proposais des adjectifs à propos du commerce en ligne, presque 100% (158 personnes sur 160) des utilisateurs du commerce en ligne pensent que les plateformes de e-commerce sont utiles pour faire des achats et près de 80% (127 sur 160 personnes) les voient comme fiables. En revanche, les avis sont plus mitigés quant à savoir si le commerce en ligne est adapté à l'industrie du luxe puisque 82 personnes ont répondu que non et 78 ont dit oui. C'est donc un point que je vais approfondir dans la suite de mon étude. Les principales dépenses en ligne sont les achats liés aux vacances et transports aériens (146 réponses), suivi des vêtements (104 réponses) et de l'électronique (83 réponses).

A propos de leurs achats de produits horlogers, seuls 28.1% ont déjà acheté une montre via le commerce en ligne, soit 45 personnes. Les acheteurs de montre en ligne sont principalement les jeunes. En effet, 28 personnes ayant entre 16 et 25 ans qui font des achats à l'aide de plateforme e-commerce ont déjà acheté un produit horloger en ligne et 12 sont âgés entre 26 et 35 ans. On voit très bien ici que les montres les plus commandées sur Internet sont les montres coûtants moins de 500CHF. La gamme moyenne est en effet plus demandée sur les plateformes de commerce en ligne que les produits de haut de gamme. De plus

Quel était approximativement le prix de cette montre? (45 réponses)



56.5% des utilisateurs de commerce en ligne sont favorables à la présence des industries

horlogères sur Internet alors que 57,4% ne se voient pas acheter une montre en ligne. Ce canal serait donc adapté à la vente de produits horlogers mais n'attirerait pas beaucoup les utilisateurs. Comme très peu de marques présentes à Genève ne proposent de services de commerce en ligne, je suppose que se sont beaucoup de marques étrangères.

En ce qui concerne les 23.4% des personnes interrogées ne faisant pas de commerce en ligne, ils sont 85.7% à penser que ce canal n'est pas assez sécurisé pour effectuer des achats. Cela montre que près d'une personne sur cinq ne fait pas de commerce en ligne car elle n'a pas confiance en ce type de plateforme. Ces 23.4% sont composés principalement des tranches d'âge 36-45 ans et 46-55 ans. Les personnes âgées entre 36 et 45 ans sont 18 à avoir répondu ne pas faire d'achat en ligne sur les 32 personnes interrogées. Les 46-55 ans sont, quant à eux, 22 sur 28 à ne pas faire de commerce en ligne. On voit clairement que ces tranches d'âge, ayant l'habitude de n'acheter qu'en magasin ne fait pas beaucoup de commerce en ligne. Parmi eux, toutes ces personnes, 95.9% n'envisageraient pas d'acheter de montre en ligne. Pour finir, 70.2% d'entre eux ne pensent pas que les entreprises horlogères devraient offrir un service de commerce en ligne. Il sont cependant plus de la moitié (28 sur 49) à estimer que les sites de commerce en ligne ont pris une certaine forme d'importance dans le commerce d'aujourd'hui.

2.1.5 Formulation des résultats

L'objectif principal de cette enquête est de définir un profil-type pour mon questionnaire qualitatif. En analysant les résultats, je suis arrivé à déterminer quel profil est le plus adapté pour mon enquête qualitative. J'ai longuement hésité sur deux tranches d'âge de sondés. La première étant les 16-25 ans et la deuxième les 26-35 ans. En effet, plus de 90% de ces deux catégories effectuent du commerce en ligne. De plus, se sont deux catégories d'âge de jeunes, qui ont l'habitude d'utiliser Internet régulièrement. Cependant, plusieurs éléments m'ont permis de trancher entre les deux. Premièrement, si l'on regarde le taux d'achat de produits horlogers parmi les personnes faisant du commerce en ligne, il est de 40% pour les 26-35 ans et de 26% pour les 16-25 ans. De plus, les 26-35 ans dépensent en moyenne 25 CHF de plus par commande que les 16-25 ans. Ce qui est normal puisque les personnes sont plus actives après 25 ans qu'avant et donc ont un revenu souvent plus élevé.

Tableau comparatif des profils				
	16-25		26-35	
	Nombre	%	Nombre	%
Nombre de sondés	112	54.11%	32	15.46%
Nombre effectuant des achats en ligne	109	97.32%	30	93.75%
Parmi les personnes ayant déjà acheté une montre en ligne	7	38.89%	8	44.44%
Envisagent d'acheter une montre en ligne	29	25.89%	12	37.50%
Pensent que les entreprises horlogères devraient offrir un service de e-commerce	72	64.29%	23	71.88%
Montant moyen des commandes effectuées	129.02 CHF		153.13 CHF	
Pensent que les sites de commerce en ligne sont adaptés à l'industrie du luxe	42	38.53%	20	66.67%

Ci-dessus le tableau des éléments-clés qui m'ont aidé à définir le profil-type des personnes à interviewer durant la seconde partie de mon étude de marché. Bien que les nombres soient plus importants chez les 16-25 ans, ce sont les pourcentages auxquels je me suis le plus intéressé. En effet, les sondés compris entre 15 et 26 ans étant plus nombreux, il était important de voir la proportionnalité des réponses à analyser. Par exemple lorsque l'on regarde la question « envisageriez-vous d'acheter une montre en ligne ? », on remarque que 72 des 16-25 ans ont répondu oui, contre seulement 23 des 26-35 ans. Cependant, il est important de proportionner les résultats pour les comparer comme il faut. On voit alors que moins de 4 personnes sur 10 ayant entre 16 et 25 ans ont déjà acheté une montre sur une plateforme de commerce en ligne contre 44% pour les plus âgées. Presque trois quarts des sondés de 26-35 ans sont favorables à ce que les entreprises horlogères offrent un service de e-commerce. Ce sont les mêmes personnes qui, aux deux tiers, pensent que les sites de commerce en ligne sont adaptés à l'industrie du luxe.

Bien que plus de 97% des sondés plus jeunes effectuent des achats en ligne, ils sont à l'inverse, moins de 39% à avoir déjà acheté une montre en ligne et seuls 25% d'entre eux envisagent de le faire. C'est ce qui m'a principalement aidé à définir mon profil type. Ils sont tout de même un peu moins de deux tiers à penser que les marques horlogères devraient offrir un service de commerce en ligne mais ne sont que 38% à estimer que le commerce en ligne puisse s'adapter à l'industrie du luxe.

2.1.6 Recommandations en lien avec les objectifs

Avant d'effectuer mon étude quantitative, j'avais défini trois hypothèses de départ, il s'est avéré qu'elles ont toutes été confirmées. La première hypothèse était définie pour vérifier que le commerce en ligne est un phénomène nouveau qui touche principalement les jeunes générations. Grâce à mon questionnaire, j'ai pu confirmer que plus les personnes étaient âgées, moins elles avaient tendance à utiliser le commerce en ligne comme moyen de faire des achats ce qui a vérifié ma première hypothèse. La deuxième hypothèse que j'ai posée était pour définir si les fabricants horlogers auraient des visites sur leur plateforme en ligne ou si les utilisateurs préféreraient se rendre sur des sites généralistes spécialisés dans la vente de produits en tout genre. 110 personnes sur les 207 interrogées ont répondu se rendre sur les deux types de plateforme et seulement 10 sur uniquement des sites de fabricants contre 87 des utilisateurs qui ne se rendent que sur les sites généralistes. Cela confirme mon hypothèse que les gens vont plutôt sur des sites généralistes. En revanche les sites de fabricants attirent tout de même plus de la moitié des personnes interrogées. Pour finir, ma troisième hypothèse a été celle qui c'est révélée la plus parlante puisque seuls 45 personnes ayant déjà fait des achats sur Internet avaient commandé une montre sur cette plateforme. Ce qui représente 28% des personnes commandant des articles en ligne et seulement 21.7% du total des sondés. Le commerce en ligne de montres n'est aors peut-être pas assez développé ou n'attire tout simplement pas les utilisateurs de commerce en ligne. Grâce à cette enquête, j'ai donc pu définir un profil type mais également repérer certaines tendances quant au commerce en ligne. On voit très clairement que peu de personnes achètent des produits horlogers via les plateformes de commerce en ligne mais qu'une grande majorité d'entre eux pensent que les entreprises devraient offrir un service de commerce en ligne. On peut alors penser que les sites de commerce en ligne sont bénéfiques aux entreprises horlogères puisque s'ils étaient plus développer, ils attireraient beaucoup d'utilisateurs. C'est ce que je vais tenter de confirmer avec mon enquête qualitative.

J'ai alors défini mon profil type pour continuer mon étude de marché. Les personnes interviewées répondront aux critères suivants : une personne âgée de 26 à 35 ans habitant à Genève et effectuant des achats via des plateformes de commerce en ligne. Je vais donc interviewer ces personnes sur leurs motivations à utiliser le commerce en ligne et ce qu'ils pensent de la présence de plateforme d'e-commerce d'entreprises horlogères.

2.2 Analyse qualitative

2.2.1 Définition des objectifs et hypothèses de départ

Le questionnaire qualitatif aura pour objectif de comprendre les habitudes des consommateurs suisses en terme de commerce en ligne. En effet, pour ouvrir une plateforme de commerce en ligne, il est important pour les entreprises de définir si ce canal est attractif pour les consommateurs. De plus, il me sera utile pour repérer des tendances liées au e-commerce concernant les produits horlogers. Ces interviews me serviront à prédire si les gens sont prêts à acheter des articles horlogers à distance. Malgré les services qui ne peuvent y être proposés, le commerce en ligne offre certains avantages aux consommateurs comme mentionné plus haut dans ce travail. J'espère que cette seconde enquête pourra m'aider à comprendre et définir les attentes des consommateurs en terme de commerce en ligne et me permettra de formuler des recommandations aux entreprises horlogères en terme de commerce en ligne. Comme pour la première partie de mon étude, j'ai trois hypothèses que je vais tenter de vérifier à l'aide des interviews que je vais effectuer.

Hypothèse 1 : Les sites de commerce en ligne peuvent augmenter les ventes de l'industrie horlogère grâce à la disponibilité qu'offrent ces plateformes.

Hypothèse 2 : Les suisses ne sont pas prêts à effectuer des achats à gros montant (supérieurs à 500 CHF) par le biais du commerce en ligne.

Hypothèse 3 : Les services proposés par les sites de commerce en ligne ne satisfont pas les clients exigeants des marques de luxe.

2.2.2 Définition de la cible

La cible de cette enquête est le profil type défini selon la première étape de mon enquête. Il s'agit des genevois âgés entre 26 et 35 ans effectuant des achats à l'aide de plateformes de commerce en ligne. Ces personnes font partie de la génération Y (nées approximativement entre 1979 et 1994). Ces personnes sont nées au milieu du développement d'Internet et de l'informatique en général, ce qui explique que ce sont eux qui utilisent le plus le commerce en ligne. Les nouvelles technologies liées à Internet sont entrées dans leurs mœurs et ils ont tout à fait conscience des possibilités que ces outils peuvent leur offrir. De plus, ils sont plus âgés que les 16-25 ans et sont propices à avoir un emploi et donc ont un plus gros budget alloué au shopping.

2.2.3 Réalisation de l'étude

Mon étude qualitative se déroulera donc sur le canton de Genève. Selon le cours « étude de marché et comportement du consommateur » de deuxième année, il me faut entre 30 et 50 questionnaires pour avoir suffisamment de données à analyser. Contrairement à la partie quantitative de mon étude qui c'est principalement faite à distance, cette partie sera effectuée sous forme d'entretiens individuels. Afin de trouver des personnes répondant aux caractéristiques de mon profil type, j'ai demandé à des amis plus âgés que moi de me mettre en contact avec des connaissances à eux effectuant du commerce en ligne. Mon questionnaire qualitatif est composé de moins de questions que le précédent mais les réponses seront ouvertes et je me permettrai de relancer les sondés sur certaines réponses qui me semblent pertinentes à creuser. La récolte des informations se fera cette fois avec le logiciel Word, de traitement de texte. Comme il me faudra retranscrire les réponses des sondés, j'ai jugé que ce serait la plateforme la plus adaptée pour ce type d'enquête. Après chaque entretien j'ai donc retranscrit les réponses de la personne. Pour finir, j'ai élaboré un tableau récapitulatif des réponses des sondés afin d'avoir une vue globale des résultats et facilité la formulation des conclusions de mon enquête. Tous les résultats de ce questionnaire sont disponibles aux annexes 2 et 3.

2.2.4 Analyse des contenus

Après avoir interviewé les 30 personnes nécessaires pour avoir assez de données à analyser, je me suis lancé dans l'étude du contenu de chaque entretien. Mon questionnaire est séparé en sept questions de bases où se rajoutaient souvent des questions de relance en fonction des réponses des sondés. Les réponses aux questions ci-dessous dépassent souvent le total de 30. Ceci est dû au fait que les personnes interviewées ont souvent mentionner plusieurs éléments dans leurs réponses.

La première question du questionnaire portait sur l'attrait du commerce en ligne pour les sondés. Il s'agissait ici de définir pour quelle(s) raison(s) ils privilégiaient le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique. La réponse la plus mentionnée était celle de la praticité. En effet, un des avantages principal du commerce en ligne est entre autre le fait de ne pas avoir besoin de déplacer pour effectuer ses achats. Deux tiers des personnes interrogées, soit 20 personnes, ont mentionné la praticité du commerce en ligne dans leur réponse. Cet aspect de la praticité comprend également le fait de pouvoir effectuer des achats en ligne quand on veut et depuis où on veut, le fait que l'on trouve absolument tout sur Internet et donc tout cela représente un gain de temps pour la plupart d'entre eux. La deuxième réponse la plus mentionnée est l'ouverture des portes de certains magasins n'étant pas à Genève ou en Suisse. En effet, les commandes à l'étranger sont importantes

pour les jeunes de 26 à 35 ans puisque un tiers de mon échantillon a répondu comme étant un point très important du commerce en ligne de commander des produits à l'international. Viennent ensuite les réponses à propos des prix avantageux et de la comparaison des prix qui est plus simple à faire sur Internet plutôt que de se balader de boutique en boutique (9 mentions), les exclusivités sont également importantes puisque sept personnes sont sensibles aux produits disponibles en ligne que l'on ne trouve pas en magasin. Pour finir, les mentions de la grande variété de produits (6 mentions), voir les nouveautés par mailing (trois mentions) et la possibilité de personnaliser des articles (une mention) viennent compléter les réponses données par les sondés.

La deuxième question de ce questionnaire était très importante puisqu'elle servait à déterminer ce que les utilisateurs de commerce en ligne apprécient dans le commerce en ligne. A cette question, la plupart des personnes (17) ont répondu que le site doit être simple et rapide. L'aspect d'une navigation agréable sur ces sites est donc importante. Cela comprend également un délai de livraison relativement court. Ensuite, la variété des articles proposés a été mentionnée à neuf reprises. Pour un tiers des sondés, le fait d'avoir la possibilité de commander des articles de nature très différentes sur le même site représente un avantage considérable. Les prix arrivent en troisième position avec huit mentions dans les réponses. Malgré les frais supplémentaires qui sont sur les sites Internet comme les frais de livraison et parfois de dédouanement pour ceux qui commandent à l'étranger, ils estiment que les prix des articles doivent tout de même être plus bas que dans les magasins physiques. En complément à cela, et en relation avec la première question, sept personnes désirent voir sur ces sites des exclusivités. Ils aiment y trouver des articles qui ne se trouvent pas facilement en boutique. Pour eux, le commerce en ligne permet de trouver facilement des exclusivités car le commerce en ligne ouvre les portes de magasins étrangers ainsi que des marques moins connues qui se retrouvent sur des sites généralistes. Les informations complètes sur les articles ont été mentionnées trois fois alors que le moyen de paiement sécurisé, la qualité des produits et les produits identiques qu'en boutique sont mentionnés deux fois. Les points à propos de la disponibilité, des sites disponibles en plusieurs langues (pour les sites étrangers), le retour gratuit, et le fait de pouvoir personnaliser ont été mentionnés une fois seulement.

La question trois concerne les services que peut proposer le commerce en ligne et quels sont ceux appréciés par les utilisateurs et ceux qu'ils aimeraient retrouver sur ce genre de site. Le service le plus apprécié par les sondés est la rapidité non seulement du site en terme de fluidité et de navigation mais également des délais de livraison. Les 26-35 ans apprécient ne pas trop attendre la livraison une fois la commande effectuée. Même si en général les sites ont compris que le délai de livraison est important et misent

beaucoup sur un délai relativement court, les utilisateurs sont assez regardant par rapport à cela. Ensuite, un système de mailing est très apprécié également chez les personnes interviewées. Grâce à ces mails souvent personnalisés, ils bénéficient d'offres correspondant à leurs préférences. Comme me l'expliquait une personne que j'ai interviewée, les mails reçus sont souvent des offres en fonction de ce qu'il avait déjà commandé ou alors des articles sur lesquels ils s'était renseigné mais n'avait pas commandé. Le fait d'être « traqué » comme ça sur Internet permet de faire des offres personnalisées qu'il est plus compliqué de faire en magasin et les utilisateurs de commerce en ligne aiment ce service. Le mailing permet également de faire découvrir aux clients les nouveautés que le site propose. Aujourd'hui, ces offres par mail peuvent également prendre la forme de notifications sur des outils tels que smartphones et tablettes. Certains services ont été mentionnés à cinq reprises dans les réponses des utilisateurs. Il s'agit d'un service de retour gratuit si l'article ne nous correspond pas ou ne nous plaît finalement pas. La possibilité d'avoir un conseiller online comme par exemple avec un service de chat en direct et enfin un service de réalité augmentée virtuelle qui pourrait accroître l'expérience de l'utilisateur font partie des réponses données. Je trouve l'idée du chat en instantané très intéressante et pense approfondir cette idée lors de mon focus Group. La réalité augmentée et virtuelle a été mentionnée lorsque je faisais référence aux nouvelles technologies avec certains sondés. Viennent après cela avec quatre mentions l'avis de précédents utilisateurs, qui pourraient rassurer les gens dans leur commandes ainsi que la possibilité sur certains sites de comparer les prix de divers magasins. Cette réponse a notamment été donnée en relation avec les voyages. Par trois fois, les services de suivis des commandes ont été prononcés principalement par des personnes qui commandent beaucoup depuis l'étranger et dont le colis voyage beaucoup entre les pays et la géolocalisation qui permettrait d'informer aux utilisateurs ou trouver le produit en fonction de sa localisation afin de pouvoir l'essayer ou d'aller s'informer auprès de vendeurs expérimentés. Pour finir, la personnalisation des produits achetés n'a été mentionnées que deux fois et une personne m'a parlé de vidéos de mise en scène de l'objet pour voir comment l'utiliser et montrer ses fonctionnalités.

La quatrième question était utile pour connaître l'utilisation des sites de commerce en ligne de la part d'utilisateurs comme ceux que j'ai interrogé. Je voulais voir si le commerce en ligne avait pris le dessus sur les magasins physiques ou s'il était plutôt vu comme une alternative au shopping traditionnel. 26 personnes sur mon échantillon de 30 personnes m'ont assuré que le commerce en ligne ne remplacerait pas les magasins physiques pour eux. Les gens aiment faire les boutiques et ne se voient pas acheter uniquement sur Internet. D'ailleurs, huit personnes m'ont parlé de complémentarité entre ces deux façons

d'acheter. On peut donc imaginer une co-existence de ces deux manières d'acheter dans le comportement d'achat des utilisateurs sans que l'un que soit trop néfaste pour l'autre. Bien entendu, les magasins physiques qui jusqu'au début des années 2000 étaient le seul canal d'achat des clients ont vu leur chiffre d'affaire grignoté par le commerce en ligne. Mais celui-ci ne remplacera jamais complètement les magasins, ne serait-ce que pour les services qui ne peuvent y être proposés.

Afin de déterminer si le commerce en ligne est bénéfique aux entreprises horlogères dont les produits sont un peu plus onéreux, j'ai demandé aux gens ce qu'ils pensaient à propos des commandes importantes surtout en terme de communication des données bancaires. Par rapport à cela, 12 personnes m'ont répondu que les sites sont suffisamment sécurisés aujourd'hui pour communiquer ces informations bancaires. En effet, les données sensibles sont souvent difficiles à communiquer car les gens ont trop peu confiance en l'informatique et à la sécurité y relative. Cependant, près de la moitié des 26-35 ans interviewées disent que la sécurité est relativement élevée car les entreprises misent beaucoup là-dessus afin justement d'éviter que certains achats ne se fassent pas à cause de la craintes des utilisateurs. Pour neuf personnes d'entre elles, la communication des données n'a jamais été un freins aux commandes effectuées malgré les montants souvent importants. Bien entendu, il faut faire attention aux sites sur lesquels on se rend. Les boutiques en ligne de marques connues sont assez sécurisées car c'est officiel et c'est d'une marque reconnue. En revanche, pour les sites généralistes, il faut faire attention surtout quand on ne connaît pas. Six personnes comprennent parfaitement que donner ses informations puisse faire peur car sur Internet, tout est alors enregistré et on ne sait pas exactement qui y a accès. Pour finir, sept personnes ne préfèrent pas ou n'ont pas les moyens d'effectuer de commande importante sur les plateforme de commerce en ligne.

L'avant dernière question portait Cette fois-ci sur le commerce en ligne de produits horlogers. L'objectif était de savoir ce que les gens attendaient de sites d'achats en ligne spécifiques à l'horlogerie. L'élément le plus présent parmi toutes les réponses récoltées est celui des informations relatives aux produits se trouvant sur le site. Plusieurs personnes m'ont indiqué ne pas s'y connaître en montre et désireraient alors avoir un maximum d'information sur le produit avant de l'acheter. Pour neuf autres personnes, les sites de commerce en ligne de produits horlogers ne doivent pas être différents d'une autre plateforme de commerce en ligne et ont donné des réponses avec des éléments identiques à la question deux qui portaient sur les attentes des gens à propos des sites de commerce en ligne. Pour d'autres, les attentes varient en fonction de la marque. Le site d'une marque doit représenter l'univers de celle-ci. Chaque entreprise à ses valeurs

et traditions et tout doit être respecté dans le site internet. En revanche, huit personnes, soit un quart de l'échantillon, ne se voient pas acheter de montre en ligne et pensent que l'horlogerie fait parti de ses objets qui ne se vend pas sur Internet. Huit personnes ont parlé de différentes technologies qui pourrait y avoir sur ces sites. Comme par exemple la réalité augmentée ou un chat instantané avec un conseiller qui pourrait leur apporter différentes informations sur un produit en particulier. Pour finir, deux personnes ont demandé d'avoir des vidéo qui explique les spécificités de chaque montres ainsi que de voir sont intérieur pour comprendre d'avantage le produit qu'elles désirent acquérir.

Enfin, la dernière question portait sur les entreprises actives dans le luxe qui offrent un service de commerce en ligne. L'idée est de voir si le luxe attire la génération Y en ligne et si ces entreprises devraient effectivement investir dans de canal. Parmi les 30 réponses obtenues, 19 sont favorables au commerce en ligne de produits de luxe. En effet, certains participants de mon enquête ont déjà commandé des produits de marques via des sites de commerce en ligne, principalement de ventes privées. De ces 19 personnes favorables, quatre sont toutefois réticent et pensent que les services proposés en ligne ne satisferont pas la clientèle exigeante de l'univers du luxe. En revanche, 11 personnes ne voient pas le commerce en ligne comme profitable à l'industrie du luxe dont six à cause des services qui ne s'adaptent pas sur le net.

2.2.5 Formulation des résultats

Une fois toutes les réponses analysées, je peux formuler les résultats de l'enquête en fonction de mes hypothèses de départ. Ma première hypothèse portait sur la disponibilité que le commerce en ligne peut offrir aux utilisateurs. Ceci comprend les horaires d'ouvertures des magasins qui sont souvent fermés le soir à partir de 19h et le dimanche, ainsi que tous les aspects pratiques comme le fait d'éviter les déplacements. Il s'est avéré que cette hypothèse est correcte puisque deux tiers des sondés ont répondu privilégier le commerce en ligne à celui en magasin pour des raisons de praticité. On peut donc en déduire que le commerce en ligne peut augmenter les ventes de certains magasins en effectuant des ventes les soirs où les weekend alors que les portes des boutiques sont fermées. De plus, cela peut motiver les personnes n'ayant pas la possibilité de se déplacer de faire des achats via le e-commerce alors qu'elles sont chez elles. Ma deuxième hypothèses était à propos de la sécurité informatique et comment les genevois perçoivent cette sécurité sur les sites de commerce en ligne. Pour près de la moitié des sondés, les sites sont assez sûrs et la communication des données bancaires se fait avec confiance puisqu'un tiers n'a jamais refusé d'enregistrer ses informations privées sur un site de commerce en ligne. Malgré tout, plus d'une personne sur cinq ne préfère pas faire

d'achat important en ligne. On peut donc dire que les genevois sont partagés par rapport à la communication de leurs données bancaires sur Internet. Enfin, ma troisième hypothèse portait sur l'industrie du luxe qui offre un service de commerce en ligne. J'ai posé cette hypothèse car une grande partie des entreprises horlogères présentes à Genève sont actives dans le domaine du luxe. Et il est important de faire la différence entre une entreprise bas de gamme et une entreprise de luxe car les services ne sont pas les mêmes et cela peut jouer un rôle sur le commerce en ligne de ses entreprises. Cette hypothèse n'est pas avérée. En effet, deux tiers des personnes interrogées pensent qu'il pourrait être profitable aux entreprises actives dans le luxe de faire du commerce en ligne, bien que quatre personnes pensent que les services qui peuvent y être proposés ne sont pas suffisants pour attirer du monde sur ce type de plateforme. A l'inverse, 11 personnes ne sont pas favorables à voir des entreprises actives dans le luxe ouvrir une plateforme de commerce en ligne dont six à cause des services insuffisants.

2.2.6 Recommandations en lien avec les objectifs

L'objectif de ce questionnaire était de comprendre les habitudes des consommateurs suisses en terme de commerce en ligne mais également de définir des points importants à approfondir durant la troisième partie de cette enquête. Pour cette troisième partie qui sera sous forme de focus Group, je vais creuser les éléments suivants :

Le complémentarité entre le commerce en ligne et les boutiques physiques afin de vérifier la vision qu'on les gens sur le commerce en ligne et confirmer que le commerce en ligne ne grignote pas trop de vente aux magasins, ce qui pourrait freiner certaines entreprises à investir dans cette plateforme.

Les différents services mentionnés dans mon enquête qualitative qui peuvent être intéressants de retrouver sur les plateformes de commerce en ligne et qui plaisent aux utilisateurs.

Les diverses possibilités qu'offrent les nouvelles technologies aux plateformes de commerce en ligne. Durant mon questionnaire qualitatif, certaines mentions à propos de géolocalisation ou de réalité virtuelle / augmentée ont été faites. De plus, lorsque je parlais à certaines personnes de ces technologies, elles avaient l'air plutôt intéressées et leurs réactions assez positives.

Ce focus Group sera principalement axé sur le commerce en ligne de produits horlogers, contrairement à mes précédentes enquêtes qui étaient plus générales et comprenaient des questions sur le e-commerce de manière générale. Tous ces aspects seront discutés et je

tirerait les conclusions de mon enquête en fonction des résultats obtenus lors de ce focus Group.

2.3 Focus Group

2.3.1 Définition des objectifs et hypothèses de départ

L'objectif principal de ce Focus Group est d'approfondir certains éléments mentionnés dans mes précédents questionnaires. Un focus Group est utile pour créer des discussions entre les personnes présentes. Les réponses sont souvent contradictoires entre les intervenants et les débats peuvent faire naître de nouvelles idées qui n'ont peut être pas été mentionnées dans mon questionnaire qualitatif. Comme dit précédemment, les points principaux abordés durant cet exercice seront la complémentarité des plateformes de commerce en ligne et des magasins, les utilités des différents services mentionnés par les personnes interrogées lors de mon questionnaire qualitatif, ainsi que les opportunités rendues possible grâce aux nouvelles technologies. Mes hypothèses de départ sont les suivantes :

Hypothèse 1 : Les sites de commerce en ligne des entreprises horlogères ne nuisent pas aux activités de leurs magasins et ne représente qu'une alternative aux possibilités d'achats actuelles.

Hypothèse 2 : Certains services présents sur les plateformes de commerce en ligne sont secondaires pour les plateforme de e-commerce dédiées aux produits horlogers alors que d'autres sont nécessaires.

Hypothèse 3 : Les nouvelles technologies peuvent apporter des services essentiels pour attirer les clients d'entreprises horlogères sur leur site de vente en ligne tels que la réalité augmentée et la géolocalisation.

2.3.2 Définition de la cible

Pour ce focus Group, entre 6 et 10 personnes seront présentes autour d'une table pour parler des points précédents. Ces personnes seront âgées entre 16 et 35 ans. Cette tranche d'âge représente les deux catégories de personnes effectuant le plus de commerce en ligne selon la première partie de mon enquête, le questionnaire quantitatif. C'est donc des personnes n'ayant pas répondu à mes précédents questionnaires mais correspondant aux profils effectuant le plus de commerce en ligne que j'ai choisi pour m'aider à compléter mon étude de marché.

2.3.3 Réalisation de l'étude

Mon focus Group se déroulera dans une salle de la bibliothèque de l'Université de Genève. Cette salle peut accueillir jusqu'à 10 personnes et est disponible pendant l'été. N'ayant pas les accès nécessaires pour accéder au site de réservation de salle de l'Université, j'ai effectué la réservation via le compte d'une proche qui y est étudiante. J'ai donc enregistré l'entretien qui a duré un peu moins d'une heure et ai retranscrit les discussions grâce au logiciel Word et disponible à l'annexe 4.

2.3.4 Analyse des contenus

J'ai commencé l'entretien avec ces personnes par leur expliquer mon travail dans les grandes lignes. Puis, j'ai commencé avec ma première question à propos des résultats obtenus lors de mon enquête quantitative. Je voulais confirmer avec eux que la tranche des 26-35 ans correspondait bien aux personnes effectuant le plus d'achat en ligne. Leurs réponses allaient plutôt en faveur de ma conclusion. Ce qui m'a rassuré pour la suite de ma démarche. J'ai également posé cette première question pour encourager un peu les personnes à parler et les mettre dans le bain pour la suite. J'ai alors commencé à entrer dans le vif du sujet avec ma première question à propos de ma première hypothèse sur la complémentarité entre les magasins physiques et le commerce en ligne pour les produits horlogers. En règle générale, les personnes étaient plutôt favorables à la possibilité d'avoir le choix entre commander en magasin ou par Internet. Ils pensent que les personnes ayant certaines connaissances sur le produit qu'ils désirent acheter seront favorables à acheter en ligne alors que ceux qui ont besoin de plus d'informations, ou de voir le produit avant de l'acheter iront en magasin où les vendeurs pourront facilement les renseigner. Ils ne pensent pas que les ventes faites en ligne n'affectent beaucoup les achats en magasins. Le problème serait plutôt pour les détaillants multimarques. Ils pensent que si les fabricants de montres ajoutent une nouvelle plateforme pour vendre leurs produits, les magasins multimarques auront moins de ventes. Ils craignent également pour les emplois des vendeurs en magasins même s'ils se sont montrés confiants dans le fait que le chiffre d'affaire fait en ligne comblera les potentielles diminutions de chiffre d'affaire des magasins, ce qui permettra de garder les emplois de vendeurs qui pourront offrir un service de meilleure qualité aux clients qui viendront visiter les magasins.

Concernant ma deuxième hypothèse qui portait sur les services proposés par les plateformes de commerce en ligne, les réponses du groupe divergeaient un peu. J'ai compris même dès la question précédente sur la complémentarité des canaux de distribution que les informations sur les produits étaient très importantes pour eux. Pour

eux, les montres sont des produits très complexes qu'il est souvent difficile à comprendre tous les éléments qui la composent. Pour près de la moitié du groupe, rien ne remplace les vendeurs, qui ont des connaissances sur le produit et qui peuvent montrer les fonctionnalités des montres directement sous les yeux des clients. L'autre moitié, au contraire, estime que les informations fournies sur les sites de vente en ligne sont suffisantes. Pour les mêmes raisons, un service de chat online, qui a été mentionné durant mes interviews de mon questionnaire qualitatif serait intéressant mais assez limité. Ils ne voient pas un conseil aussi personnalisé qu'en magasin et pensent que les possibilités ne sont pas suffisantes pour satisfaire complètement les demandes des clients. Ils ont également évoqué la possibilité de pouvoir prendre rendez-vous avec un conseiller directement sur leur site Internet. En effet, ceci serait un complément si les informations disponibles sur le site Internet ne seraient pas suffisantes pour les clients ou si la personne désire essayer la montre ainsi que ses fonctionnalités. En revanche, en ce qui concerne le suivi des commandes, il semble que cela ne soit pas un service très important pour les genevois qui commanderaient des montres fabriquées en Suisse voire dans le canton. Le sujet de la personnalisation des produits a ensuite été engagé. Là aussi, le groupe était mitigé. La personnalisation est possible dans le sens où il existe plusieurs combinaisons possibles pour les modèles de montres. On a souvent le choix entre la couleur du cadran ou la matière du bracelet. Mais une personnalisation plus poussée n'est pas souvent proposée par les entreprises. Une personne a alors proposé de pouvoir choisir tous les éléments composant la montre même des pièces à l'intérieur du boîtier. Cependant, cela est trop compliqué pour une partie du groupe qui pense que cela n'attirerait pas les clients qui utilisent le commerce en ligne principalement pour des questions de rapidité. Enfin, pour une personne, les services proposés par le commerce en ligne n'est pas le plus important. Il faut avant tout que ce soit pratique, c'est à dire qu'on puisse le faire depuis n'importe où et que ce soit rapide. En conclusion, les services proposés sur le site Internet doivent avant tout correspondre à la marque.

Ma troisième hypothèse était je pense la plus intéressante puisqu'elle a fait ressortir un élément auquel je n'avais pas pensé et qui n'avait encore jamais été mentionné dans les étapes précédentes de mon étude. Cette hypothèse concernait les possibilités que pouvaient offrir les nouvelles technologies sur les plateformes de commerce en ligne. Pour leur donner une idée de ce qui peut se faire avec ces technologies, je leur ai montré les vidéos que nous avons vues en cours à propos de la réalité augmentée. C'est donc la marque Tissot qui propose ce service, malheureusement pas en Suisse. Cette idée a surpris en bien le groupe qui pense que c'est une bonne façon de se rendre compte en ayant la montre en taille réelle sur son poignet. Même si une personne pense toujours

que cela ne suffise pas aux clients pour commander en ligne. Elle voit ça plutôt comme une façon de se démarquer des autres marques ce qui est, selon moi, un bon début. L'élément qui dont nous avons parlé et qui n'avait pas encore été dit est un assistant personnel virtuel. Cet assistant personnel virtuel, pourrait être activé par l'utilisateur du site de commerce en ligne à tout moment. Il donnerait des renseignements utiles sur l'entreprise ou les produits en fonction des clics du client. Ces renseignements donnés seraient complémentaires aux informations déjà présentes sur la description de la montre. Pour finir, nous avons évoqué la possibilité de créer une application qui regrouperait toutes les marques suisses. Cependant, ceci est un peu trop compliqué à mettre en place et n'a pas convaincu le groupe.

2.3.5 Formulation des résultats

En conclusion ce focus Group m'a permis d'approfondir certains points de mon travail. Même si les personnes présentes n'osait pas toujours prendre la parole, surtout au début de l'entretien, elles ont bien joué leur rôle en discutant entre elles des points traités. Les trois points principaux traités étaient : la complémentarité des canaux de ventes, les services proposés ainsi que les nouvelles technologies.

La première hypothèse sur la complémentarité entre les magasins physique et le commerce en ligne semble avérée puisque pour la plupart des sondés, les deux façons de vendre attirent une cible différente. Le commerce en ligne est fait pour ceux qui connaissent déjà les produits et qui désirent le commander en ligne. En revanche, les magasins ont l'avantage d'avoir des vendeurs expérimentés ainsi que les modèles de montres. Les magasins sont nécessaires pour les personnes qui désirent discuter avec un vendeur ainsi que de voir le produit et pouvoir essayer toutes ses fonctionnalités.

La deuxième, à propos des services n'est pas tout à fait juste. En effet, les services ne sont pas, pour les personnes présentes, le plus important pour eux pour faire des achats en ligne. Surtout, certains services n'ont pas lieu d'être comme le suivi de la commande. En effet, les achats effectués en Suisse ou à Genève ne voyagent pas énormément et donc un suivi n'est pas nécessaire. En revanche, avoir un maximum d'informations sur les produits est primordiale. Un service de chat serait aussi un bon point mais uniquement pour les montres avec de petites complexités afin de pouvoir poser de petites questions à un professionnel. En effet, si on désire avoir plus d'informations il serait judicieux d'aller en boutique et de parler directement avec un vendeur.

La troisième hypothèse, sur les technologies a fait ressortir un élément nouveau. L'assistant personnel virtuel à été mentionné et pourrait apporter un certain plus dans

l'expérience du commerce en ligne. La réalité augmentée à aussi été perçue comme intéressante mais pas par tout le monde. On peut donc en déduire que les technologies peuvent apporter beaucoup au commerce en ligne mais qu'il ne faut pas en abuser et les utiliser à juste titre.

2.3.6 Recommandations en lien avec les objectifs

Le focus Group m'a énormément servi pour connaître les réels sentiments des utilisateurs de commerce en ligne en terme d'horlogerie. Je vais maintenant pouvoir élaborer une conclusion complète à mon travail grâce aux différents éléments de réponses que j'ai obtenus lors de mon étude de marché.

3. Conclusion

Ce travail, qui a nécessité trois étapes différentes m'as permis de connaître l'avis des gens sur le commerce en ligne et de dire si les utilisateurs de commerce en ligne sont prêts à acheter des produits horlogers via une plateforme online.

Pour cela, j'ai fait un premier questionnaire quantitatif afin de déterminer quel profil-type interroger pour la suite de mon enquête. Il s'est avéré que les personnes ayant moins de 35 ans sont celles qui effectuent le plus de commerce en ligne à Genève. Selon mon enquête, se sont les 26-35 ans, soit la génération Y qui effectue le plus d'achat en ligne. Leurs réponses étaient très proches de celles des 16-25 ans. Cependant, après avoir comparé les résultats des deux groupes, je me suis intéressé aux plus âgés. C'est donc à eux que mon questionnaire qualitatif s'est adressé. La plupart de ces personnes aiment aller sur des sites généralistes qui vendent des produits en tout genre. Ce type de plateforme simplifierait les achats en ligne puisque tout est au même endroit. Pour finir, très peu de personnes interrogées effectuant des achats par Internet n'achètent de produits horlogers. Se sont sur ces affirmations que j'ai commencé la deuxième phase de mon analyse : le questionnaire qualitatif.

Cette deuxième étape de mon questionnaire à été la plus longue à réaliser. En effet, je devais trouver des personnes correspondant à la tranche d'âge et qui faisaient du commerce en ligne. Les entretiens avec ces 30 personnes se sont très bien déroulés et je suis très content des résultats. Pour ces personnes, faire des achats importants (supérieurs à 500CHF) n'est pas un problème pour un tiers d'entre eux. Ils considèrent que les sites de commerce en ligne sont suffisamment sécurisés pour y communiquer des informations personnelles telles que les données bancaires. Ils aiment dans l'ensemble faire des achats en ligne, qui leur permettent d'acheter des produits qu'ils ne trouvent pas à Genève. Ils aiment le côté pratique de ces plateformes qui permettent d'éviter les déplacements. De plus, le e-commerce leur ouvre les portes des magasins le soir et le dimanche, ce qui est très apprécié des personnes ayant un emploi ou habitant relativement loin du centre-ville, où se trouvent tous les magasins. Enfin, les services qui sont proposés sur les plateformes de commerce en ligne ne suffisent pas aux entreprises actives dans le domaine du luxe selon les utilisateurs de commerce en ligne. Une fois ces données récoltées j'ai pu commencer la troisième étape de mon travail : le focus group.

Ce focus group était très important pour cette étude. Il m'a permis d'approfondir les points que je voulais. J'ai donc réuni six personnes dans une salle pour discuter des conclusions de mes précédentes enquêtes. Ce groupe était constitué de trois personnes âgées de moins de 25 ans et de trois personnes situées entre 26 et 35 ans. J'ai approfondi avec eux la complémentarité des magasins physiques et des plateformes de e-commerce. Pour eux, les deux attirent des clients différents et chacun à ces avantages et inconvénients. Les clients qui utiliseraient le commerce en ligne seraient des clients qui connaissent déjà le produit et qui sont sûrs de ce qu'ils veulent acheter. Au contraire, les clients qui se rendraient en magasins auraient plus de questions à poser. Ils désireraient voir le produit avant d'acheter, découvrir toutes les fonctionnalités et l'histoire de ce produit. Et les services proposés par les plateformes en lignes ne suffisent pas. Des services, comme le suivi des commandes par exemple ne serait pas très utile selon eux alors que d'autres le sont plus. Il est pour ces personnes primordiale d'avoir toutes les informations détaillées sur le produit. Les nouvelles technologies peuvent, quant à elles, apporter beaucoup dans l'expérience des utilisateurs de commerce en ligne. La réalité augmentée a énormément plu à l'ensemble des personnes présentes. Ils ont également mentionné la possibilité d'un assistant personnel virtuel mais qui n'a pas convaincu la majorité du groupe puisque cela ne semble pas approprié aux entreprises horlogères.

En conclusion de ce travail, je pense que les entreprises horlogères ont tout intérêt à vendre par Internet leurs produits. Déjà beaucoup de personnes utilisent le commerce en ligne et certaines ont même déjà commandé une montre à distance. Les utilisateurs du e-commerce sont généralement des personnes connaissant le produit et ayant déjà une idée de la montre qu'il désirent acheter. Ces entreprises horlogères devraient investir dans les nouvelles technologies telles que la réalité augmentée qui plait aux jeunes de moins de 30 ans. En effet, l'expérience est très importante pour les utilisateurs de commerce en ligne. Cependant les services qui y sont proposés doivent être en adéquation avec les services des magasins physiques. Les entreprises actives dans le domaine du luxe doivent être en mesure de pouvoir conseiller et suivre le client même sur Internet avec par exemple un service de chat. Les entreprises de gammes inférieures doivent avant tout proposer leurs modèles et toutes les combinaisons possibles pour les produits. Dans tous les cas, les utilisateurs de commerce en ligne demandent d'avoir toutes les informations nécessaires sur les montres. Je pense donc pouvoir affirmer que les sites de commerce en lignes peuvent être bénéfiques pour les entreprises horlogères, même celles actives dans le secteur du luxe.

En conclusion, ce travail m'a permis d'effectuer une analyse de marché complète qui m'a donné une vue d'ensemble du travail d'un marketeur. Cette expérience a été très

bénéfique pour moi où j'ai appris énormément sur le commerce en ligne et l'horlogerie. Il n'a pas souvent été facile de récolter les données, surtout pour mon questionnaire qualitatif qui m'a demandé beaucoup de patience. De plus, trouver un créneau horaire pour réunir les personnes présentes lors de mon focus group était relativement compliqué. Je suis très content d'avoir réussi à achever cette enquête en trois temps et pense avoir effectué une bonne étude de marché permettant de comprendre les habitudes des utilisateurs de commerce en ligne en général et de produits horlogers.

Bibliographie

E-commerce :

Paragraphe 1 :

DEVER, Eglantine, 2016. HiMedia Group [en ligne]. 26 novembre 2015. Date de mise à jour. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse :

<http://www.himediagroup.com/blog/tag/m-commerce/>

Paragraphe 2 :

STATISTA, 2016. Statista [en ligne]. Février 2016 [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.statista.com/statistics/251666/number-of-digital-buyers-worldwide/>

2016. Journal du net [en ligne]. 6 mai 2016. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/e-commerce-mondial.shtml>

Paragraphe 3 :

GUILLET, Marie J, 2015. Emarketing [en ligne]. 1er octobre 2015. [Consulté le 11 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.emarketing.fr/Thematique/retail-1001/Infographies/ecommerce-dans-le-monde-259722.htm>

2013. Emarketer [en ligne]. 5 février 2013. [Consulté le 12 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

Paragraphe 4 :

BLERIoT, Sébastien, 2015. J'optimise mon site [en ligne]. 2015. [Consulté le 15 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.joptimisemonsite.fr/chiffre-affaires-ecommerce-france/>

Paragraphe 5 :

OFS, 2015. Office fédérale de la statistique [en ligne]. 24 novembre 2015. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator_30108.301.html?open=327,1#1

□

Application vs sites internet :

RAGONNEAU, Kévin, 2015. Canal-web [en ligne]. 23 avril 2015. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://blog.canal-web.fr/kevin/lead-generation/site-mobile-vs-application-mobile-avantages-et-inconvenients/>

Pour les entreprises :

VIADUC. Création site internet [en ligne]. [Consulté le 23 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.creationsitesinternet.net/site-e-commerce.html>

L'horlogerie :

Paragraphe 1 :

24 Heures, 2015. Effectif en hausse dans l'industrie horlogère. 24 heures [en ligne]. 7 juillet 2015. . [Consulté le 26 juin 2016]. Disponible à l'adresse:

<http://www.24heures.ch/economie/Effectifs-en-hausse-dans-l-industrie-horlogere-/story/17586228>

OFS, 2016. Office fédérale de la statistique [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/05/blank/key/ausfuhr/warengruppen.html>

Paragraphe 2 :

FHS, 2016. Fédération de l'industrie horlogère suisse FH. 21 juillet 2016. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.fhs.ch/file/59/comm_160101_f.pdf

La crise économique de 2007 impacte l'horlogerie
RTS, 2010. Rts.ch [en ligne]. 23 juin 2010. [Consulté le 30 juillet 2010]. Disponible à l'adresse : <http://www.rts.ch/info/economie/2152825-l-horlogerie-suisse-a-perdu-4200-emplois-en-2009.html>

OMC, 2010. Organisation Mondiale du Commerce. 2010. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/its2010_f/its10_world_trade_dev_f.pdf

L'appréciation du CHF freine les exportations de produits horloger

TALERMAN, David, 2016. Travailler en suisse [en ligne]. 18 février 2016 [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.travailler-en-suisse.ch/hausse-chf-eur.html>

24 heures, 2015. Mieux comprendre l'abolition du taux plancher. 24 heures. 21 janvier 2015 [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.24heures.ch/economie/mieux-comprendre-abolition-taux-plancher/story/20926090>

Les Smartwatches : Un substitut à l'horlogerie traditionnelle

AMOS, Flore, 2016. Les montres de 200 à 500 francs davantage touchées par le recul des exportations. Le temps. 26 janvier 2016 [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.letemps.ch/economie/2016/01/26/montres-entre-200-500-francs-davantage-touchees-recul-exportations>

STATISTA, 2015. Statista [en ligne]. Mars 2015 [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.statista.com/statistics/413248/smartwatch-worldwide-unit-sales-region/>

MAWSTON, Neil, 2015. Strategy analytics [en ligne]. 22 juillet 2015. . [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : https://www.strategyanalytics.com/strategy-analytics/news/strategy-analytics-press-releases/strategy-analytics-press-release/2015/07/22/apple-watch-captures-75-percent-global-smartwatch-marketshare-in-q2-2015#.VrtyO6_ACrX

Le ralentissement de la croissance asiatique

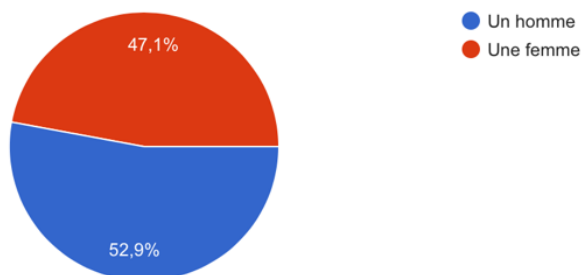
FHS, 2016. Fédération de l'industrie horlogère suisse FH [en ligne]. 21 juillet 2016. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.fhs.ch/file/59/comm_160101_f.pdf

Les contre façons

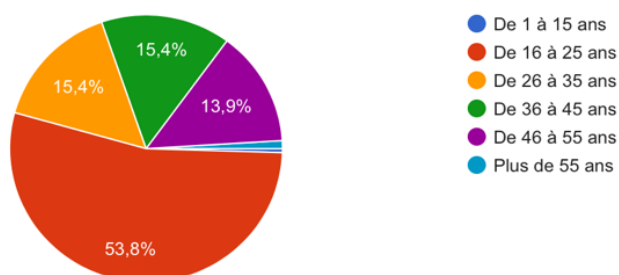
Haute Horlogerie. Haute Horlogerie [en ligne]. [Consulté le 30 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.hautehorlogerie.org/fr/la-fondation/lutte-contre-la-contrefaçon-horlogere/horlogerie-et-contrefaçon/>

Annexe 1 : Résultats du questionnaire quantitatif

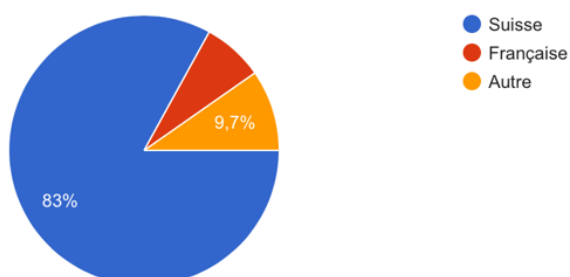
Vous êtes: (206 réponses)



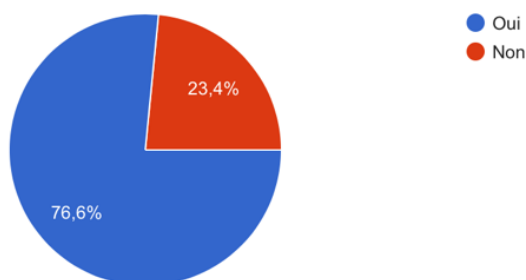
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous? (208 réponses)



De quelle nationalité êtes-vous? (206 réponses)

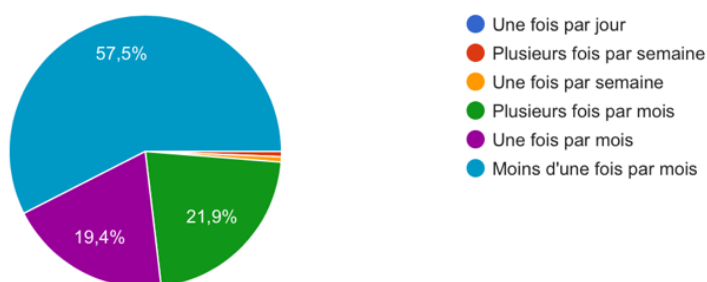


Avez-vous déjà effectué des achats via le commerce en ligne? (209 réponses)

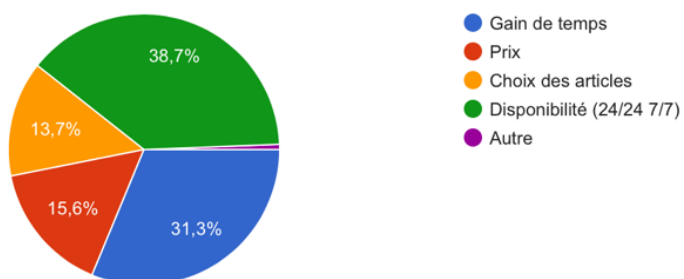


Vous effectuez des achats en ligne

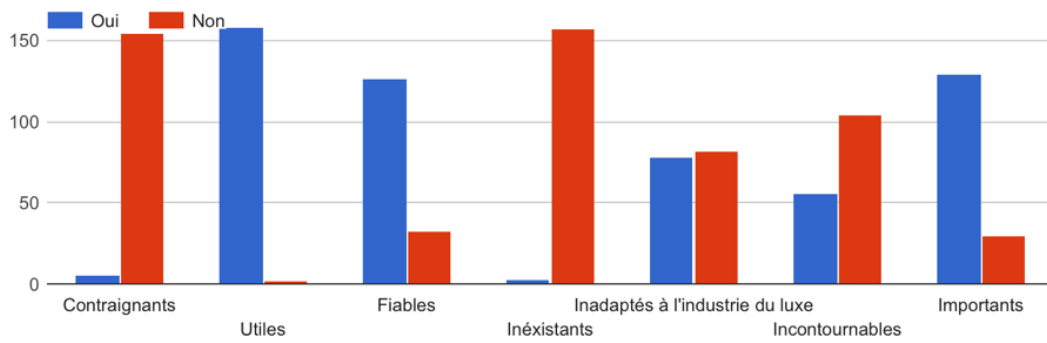
À quelle fréquence achetez-vous en ligne? (160 réponses)



Quel est selon-vous l'avantage principal du commerce en ligne? (160 réponses)

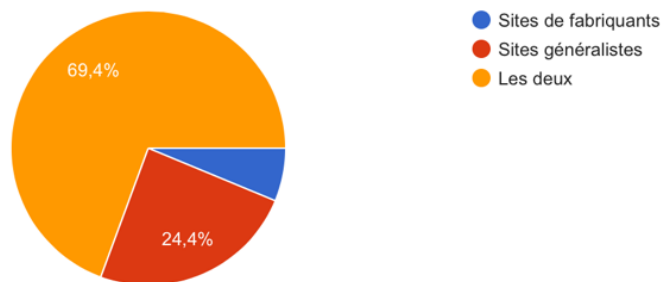


Selon-vous, diriez-vous que les sites de commerce en ligne sont:

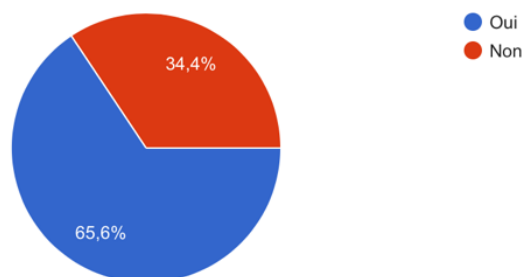


Vous rendez-vous sur des sites de fabricants ou sur des sites généralistes?

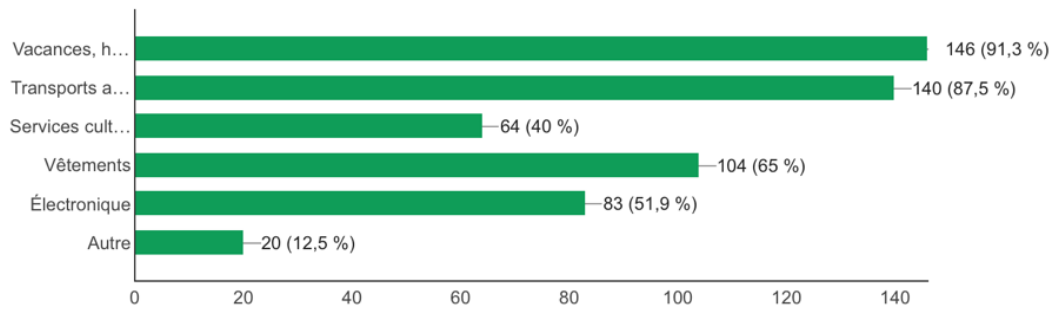
(160 réponses)



Avez-vous des applications permettant de commander en ligne? (160 réponses)

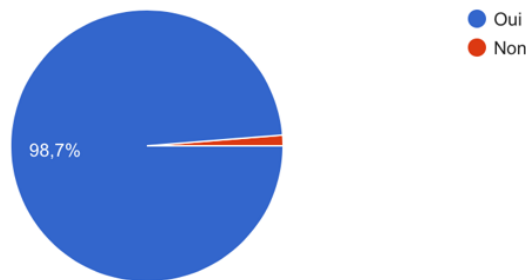


Pour quel(s) genre(s) d'article utilisez-vous le commerce en ligne? (160 réponses)



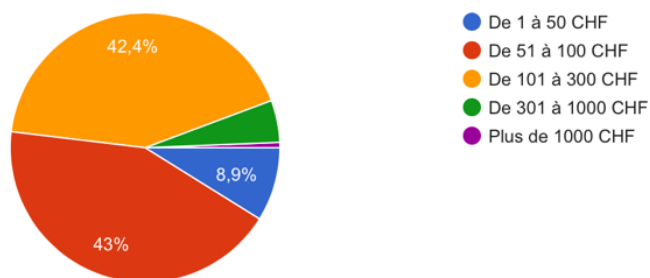
Pensez-vous que les sites de commerce en ligne soient un bon canal pour effectuer des achats?

(158 réponses)



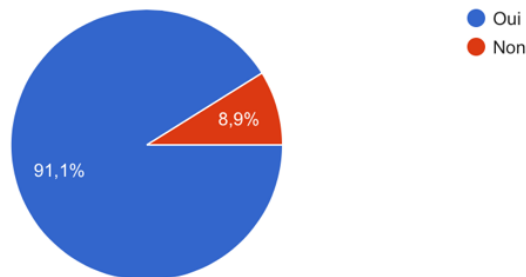
Quel est approximativement le montant moyen de vos commandes e-commerce?

(158 réponses)



Pensez-vous que les entreprises horlogères devraient offrir un service de commerce en ligne?

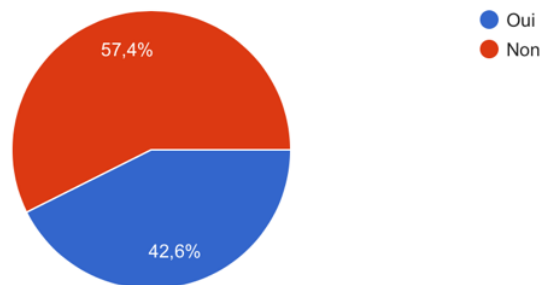
(45 réponses)



Vous n'avez pas acheté de montre en ligne

Envisageriez-vous d'acheter une montre par le biais du commerce en ligne?

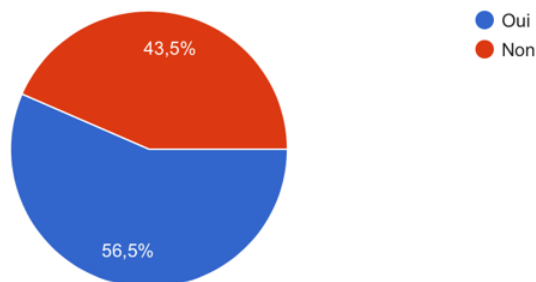
(115 réponses)



vous avez acheté une montre en ligne

Pensez-vous que les entreprises horlogères devraient offrir un service de commerce en ligne?

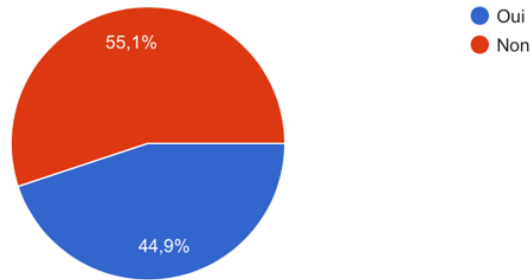
(115 réponses)



Vous n'effectuez pas d'achats en ligne

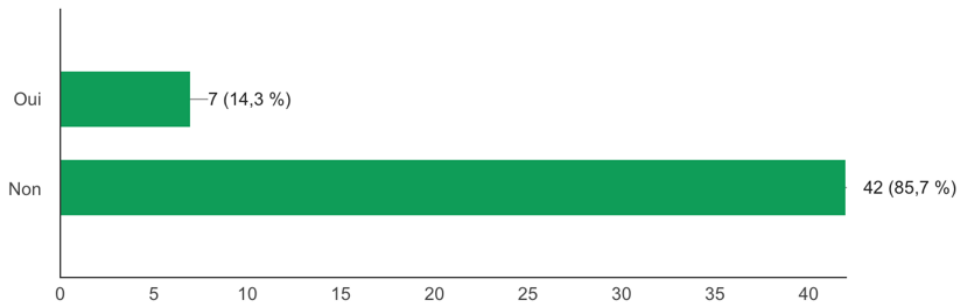
Pensez-vous que les sites de commerce en ligne soient un bon canal pour effectuer des achats?

(49 réponses)

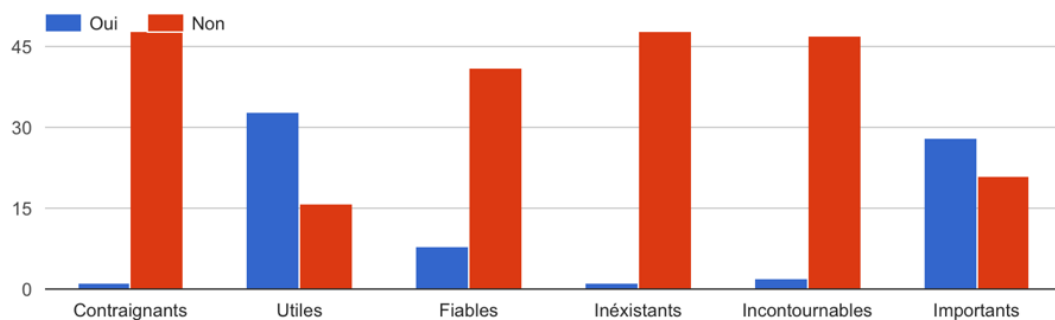


Pensez-vous que les sites de commerce en ligne soient un moyen sûr pour effectuer des achats?

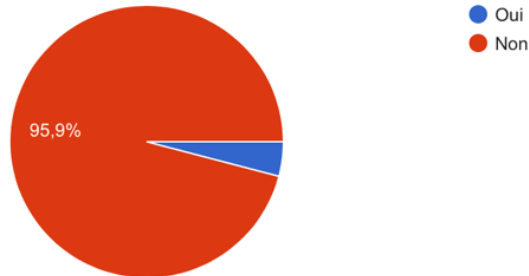
(49 réponses)



Selon-vous, diriez-vous que les sites de commerce en ligne sont:

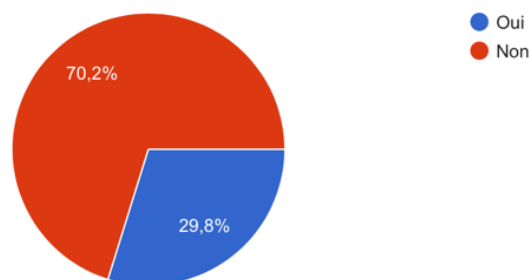


Envisageriez-vous d'acheter une montre par le biais du commerce en ligne?
(49 réponses)



Vous n'envisageriez pas d'acheter une montre en ligne

Pensez-vous que les entreprises horlogères devraient offrir un service de commerce en ligne?
(47 réponses)



Annexe 2 : Retranscription réponses questionnaire qualitatif

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 13 :00
Lieu : Carouge

Âge : 32
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Parce que souvent on trouve les même articles moins cher. Souvent sur plusieurs sites et on peut comparer les prix facilement. En magasin le prix est fixé. Même si parfois d'une ville à l'autre ça change un peu, globalement c'est pareil. En ligne sur tel ou tel site c'est moins cher. Du coup on économise en comparant.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Ca dépend du site. Des fois, il faut avoir du choix pour ne pas avoir besoin de faire plusieurs sites quand on cherche une tenue par exemple t-shirt, pantalon et chaussure. On n'a pas besoin d'aller sur 3 sites différents. Après sur d'autres on peut attendre de pouvoir personnaliser ce qu'on commande comme j'ai fait avec des casquettes ou des vêtements. Ou encore d'autres où on peut par exemple attendre de pouvoir avoir des informations très détaillées comme quand on réserve des vacances. Tout dépend.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Ce que j'ai parlé un peu avant. Ca varie d'un site à l'autre. Il faut juste que comme dans les magasins ça donne envie de revenir. Il faut aussi que le site se développe, change.

Tu dis comme changer les produits avoir des nouveautés etc ?

Oui comme changer les articles qu'ils proposent ou de design pour faciliter sa navigation.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Bien sûr que non. C'est une alternative. Comme j'ai dit moi j'y vais pour comparer les prix. Si ce n'est pas intéressant d'acheter en ligne je vais en magasin. Je n'ai pas besoin d'attendre la commande comme ça. C'est des alternatives.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non, ça ne m'est jamais arrivé. Je n'ai jamais fait de grosse commande par Internet parce que justement j'y vais pour économiser. Je compare les prix et tout mais non je ne pense pas que ça me freinerait dans mes achats en ligne.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Des informations. Sur les produits. Moi qui n'y connais rien. J'ai là une Longines mais je ne l'aurais pas achetée si je n'avais pas eu les informations que je voulais.

Tu l'as commandée en ligne ?

Réponse : Non je ne l'ai pas commandée en ligne. Mais j'ai passé un bon quart d'heure avec un vendeur qui m'a tout expliqué et qui m'a convaincu.

T'aurais pas voulu aller en ligne d'abord pour voir les informations que tu trouvais dessus ?

Réponse : Je ne sais pas, je ne suis pas allé en ligne pour me renseigner.

Et pourquoi cette marque en particulier ?

Réponse : Je voulais une Longines par ce que mon père en a une et que c'est une bonne marque. Il l'a depuis plus de 10 ans et elle marche toujours bien.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Moi je ne sais pas si je le ferais. Comme pour ma montre. Je devrais parler avec quelqu'un avant. Mais je pense que ça pourrait être intéressant au niveau des prix en ligne. Parce que comme il y aurait pas tous les services comme en magasins ça ferait peut être diminuer les prix. Enfin je n'en sais rien.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 10:30
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : En ligne ça permet des fois de trouver des choses qu'on ne trouve pas en boutique. Donc je commande en ligne surtout quand je ne trouve pas ce qui est en magasin directement. Je regarde aussi dans des boutiques à l'étranger. Si je cherche quelque chose, je regarde son prix en Suisse et à l'étranger pour voir où je peux l'avoir pour moins cher.

D'accord. Donc si ce que tu veux-tu le trouve en magasins, tu vas te déplacer en magasin ?

Réponse : Oui voilà, c'est vraiment pour trouver des nouvelles choses que je vais en ligne principalement.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Qu'ils continuent à proposer pleins d'articles différents et qu'ils s'adaptent aux prix des magasins en prenant en compte les frais supplémentaires et les frais de livraisons/douanes etc. On peut plus facilement trouver des objets très spécifiques au lieu de faire le tour de tous les magasins.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Ce qui est bien c'est surtout que c'est rapide. Tu vas sur le site, tu commandes ton truc. L'inconvénient par contre c'est que tu dois attendre quelques jours avant de recevoir ta commande. Ce serait alors bien de mettre un système en place d'envoi des commandes qui soit le plus rapide possible.

Et il y a une différence pour toi entre les sites généralistes et les sites fabricant ?

Réponse : Ce qui est bien avec les sites généralistes, c'est qu'ils te proposent des articles en fonction de ce que tu as déjà commandé. Donc ce qui peut te plaire est mis en avant, c'est bien ça.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Je pense qu'à mon avis il y aura de plus en plus de plateforme en ligne et je trouve que c'est plus simple pour les gens de faire les achats. Les gens sont devenus très flemmards donc on est chez nous, on commande ce qu'on veut et c'est plus simple. Et je trouve que ça devient de plus en plus populaire et que ça va continuer de se développer.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : C'est clair que ça peut faire peur quand tu dois payer un gros montant en ligne. Mais bon maintenant avec la technologie qu'on a sur Internet, les paiements sont très sécurisés et il n'y a pratiquement pas de risques de se faire voler ses données bancaires surtout sur les gros magasins en ligne comme Amazon. Et même pour les plus petits, je pense qu'ils savent du coup que c'est ce qui freinent les achats donc ils font en sortent de rassurer les clients d'Internet.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Je n'ai jamais commandé en ligne pour des produits horlogers. Je ne sais pas si ça se fait. Mais si ils le font, pourquoi pas proposer des montres que tu peux voir en ligne.

Mais rien en particulier pour les sites de marques horlogères ?

L'horlogerie c'est très spécial et tellement banal en même temps. Y a plein de différences entre les marques et les sites doivent être différents aussi.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Comme tout autre magasin. C'est bien qu'ils proposent une boutique en ligne ça peut toujours attirer du monde et ça facilite les achats. Je ne vois pas pourquoi ils ne pourraient pas vendre par Internet.

Mais par rapport au fait que c'est souvent des gros montants pour revenir sur ma question d'avant ?

C'est vrai que comme client, si t'achète un produit cher, t'as peut être plus peur qu'il se perde en route ou quelque chose comme ça mais je ne pense pas que ça arrive souvent.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11:25
Lieu : Uni mail

Âge : 26
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Je vais en ligne quand je ne trouve pas ce que je cherche en magasin. Ou alors quand je veux voir ce qu'il y a à l'étranger.

Donc c'est pour trouver des choses différentes ?

Réponse : Oui, souvent il y a des articles sympas qu'on ne trouve pas en Suisse. Comme des habits, des bijoux ou même des gadgets utiles pour la vie de tous les jours.

C'est surtout des sites généralistes là. Tu vas aussi sur les sites de marques ?

Réponse : Non sur les sites de marques je pense que c'est plus ou moins pareil partout du coup je préfère aller sur des sites spécialisés dans la vente en ligne.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Un peu de tout. Des articles de toute sorte. J'aime bien me sentir original donc des choses que peu de personnes ont.

Il y a beaucoup de gens qui commande en ligne donc au final c'est peut être pas si original que ça.

Réponse : Oui, mais si ça vient de loin je me dis que peut être les gens ne l'ont pas forcément. En tout cas en Suisse.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Un service de mailing qui m'informe des nouveautés ou quand il y a des réductions sur des articles que j'avais regardé auparavant. Après je ne sais pas j'ai toujours trouvé ce que je cherchais en allant en ligne. Après j'y vais souvent aussi pour découvrir justement des nouveautés ou avoir des idées.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Peut être que oui. Aujourd'hui la technologie va tellement vite. Ca nous abruti. J'en fais partie c'est pour ça que je dis ça. Mais maintenant on peut tout faire depuis son canapé alors qu'avant il fallait de déplacer systématiquement. Donc je pense que c'est possible mais que les gens ne suivront pas forcément.

Donc c'est encore important de se déplacer pour aller en magasin ?

Réponse : Oui, les gens le feront toujours. Moi même si je commande pas mal en ligne je vais souvent dans les boutiques.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Je pense que c'est normal vu qu'on ne contrôle plus vraiment nos achats. Aujourd'hui nos données sont très sensibles surtout sur Internet je pense. Après ce n'est pas la question du gros montant ou non. C'est surtout de commerce en ligne qui pose peut être problème.

Donc que les gens n'ont pas totalement confiance en Internet ?

Réponse : Oui, enfin moi c'est vrai que moi je commande que sur des sites que je connais ou qu'on m'a recommandé.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Un site d'entreprises horlogère ? Je ne sais pas. Je ne sais pas si j'y irais en fait. Je ne me vois pas acheter de montre en ligne comme ça. Surtout une montre d'une marque Suisse et encore plus si c'est une montre qui coûte cher. Pas à cause de que j'ai peur de communiquer mes informations bancaires, mais parce que ça représente un achat important et je pense que certains articles ne peuvent pas se vendre en ligne. Les montres en font partie.

Pourquoi ca ? Et pourquoi pas une montre Suisse ?

Réponse : On a pleins de magasins à Genève je vois pas pourquoi commander une montre sur Internet. Il y a trop d'inconvénients. Parce que c'est spécial, il faut l'essayer, la voir, prendre sa taille de poignet et avoir des informations.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Non, pareil que pour les montres, c'est spécial et je pense pas qu'en ligne beaucoup de clients achèteraient des articles de luxe. Que ce soit des montres, des habits ou autres choses. Les magasins sont la pour ça.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 10 :45
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour pouvoir comparer. Je suis quelqu'un qui voyage pas mal. Du coup Internet est très utile avec tous les sites de comparaison des prix des vols et hôtels. Je pense même que quasiment plus personne ne passe par des agences pour les voyages.

Donc tu utilises le commerce en ligne uniquement pour les réservations de vacances ?

Réponse : Non, je ne fais pas que des réservations pour des voyages en ligne. J'achète aussi des produits comme par exemple des habits, des livres ou autres choses. C'est plus pratique et quand on reçoit les habits à la maison, on peut les essayer avec différentes tenues et les renvoyer si ça ne nous plaît pas. Et en plus souvent ce n'est pas très cher.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des prix intéressants. Comme on doit attendre la livraison qui rajoute des frais, il faut que le produit en lui-même ne soit pas trop cher. Sinon on va directement faire les magasins et il y a plus vraiment d'intérêt à acheter en ligne si on doit payer plus cher et attendre.

C'est surtout pour les prix intéressants alors que t'aime acheter en ligne ?

Réponse : Oui, je cherche les bonnes affaires. Comme j'ai dit pour mes voyages, je compare et je réserve là où je peux économiser un peu. Des exclusivités aussi. Pour les habits par exemple, si on les achète à H&M, on va voir des centaines de personnes avec le même t-shirt que nous. Sur Internet, suivant sur le site sur lequel on se rend, on trouve des choses intéressantes.

Mais pour les marques ce sera les mêmes produits.

Réponse : Oui c'est sûr, si on va sur des sites de marques on va trouver la même chose qu'en boutique même si quelque fois si on va sur le site Internet Suisse ou Américain d'une marque on peut trouver des produits différents.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Moi j'aime bien pouvoir comparer sur Internet. C'est pour moi une des grandes forces du commerce en ligne. Donc un site de comparaison de prix pour savoir où trouver le produit pour moins cher serait bien.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non même si les gens achètent de plus en plus en ligne, certains préféreront toujours acheter en boutique. Internet c'est bien, mais il ne faut pas oublier qu'on ne peut pas essayer et toucher le produit.

Mais avec les nouvelles technologies maintenant on peut presque essayer le produit virtuellement.

Réponse : Oui, si les Internet permettent d'essayer virtuellement le produit ça peut attirer plus de monde mais les magasins restent les magasins et les gens continueront d'y aller.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non, moi j'ai déjà réservé de grandes vacances sur Internet ou le montant était important. Ça ne m'a pas freiné. C'est très sécurisé maintenant. Les sites font attention à ça pour justement rassurer les gens à commander en ligne. Par exemple les entreprises spécialisées dans la vente en ligne sécurisent énormément le paiement parce que sinon les clients ne voudraient pas acheter en ligne et le business ne fonctionnerait pas.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Comme d'autres sites Internet. C'est un site de vente en ligne. Il doit être propre à l'entreprise et être attractif. Les produits bien présentés. Ici on ne peut pas vraiment comparer sauf peut-être s'il existe des sites comparatifs spécifiques à l'horlogerie mais ça ne me dit rien.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : C'est encore plus difficile pour eux de reproduire des services des magasins en ligne. Par ce que dans le luxe il y a tout un univers de services, de prestations qu'il n'est pas possible de faire sur Internet. Le service client par exemple quand il entre dans le magasin il est mis sur un piédestal. Sur un site on ne peut pas faire ça.

Donc pour toi les entreprises de luxe ne devraient pas vendre par Internet ?

Réponse : Si, je pense que le luxe à sa place sur Internet et ils peuvent trouver d'autres services à proposer.

D'autres services comme par exemple un chat online ?

Réponse : Oui le chat direct avec un vendeur serait bien pour qu'il puisse aider le client si il a des questions ou un visionnage en 3D du produits pour vraiment le voir sous toutes ses coutures.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11:45
Lieu : Uni Mail

Âge. : 26
Nationalité : française

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Bah j'habite à la campagne. Du coup à part les samedis, je n'ai pas vraiment l'occasion de faire les magasins. Il me faut environ 40 minutes pour arriver à Genève en train ou en voiture. Du coup ça m'aide à faire les boutiques sans avoir à faire ses déplacements. Et je peux le faire le soir alors que les magasins sont généralement fermés.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Qu'ils permettent de faire les achats quand les magasins sont fermés.

Donc c'est la disponibilité qui t'intéresse ?

Réponse : Oui, ça ouvre beaucoup les portes des magasins. Comme le dimanche tout est fermé à Genève, on peut quand même faire des achats.

D'accord. C'est tout ?

Réponse : Oui, c'est tout ce qui me vient comme ça.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les possibilités qu'on peut avoir sur Internet sont très différentes de ce qu'il y a en boutique. L'essayage par exemple. Un service qui est bien c'est la livraison. On reçoit tout à domicile. Pour moi en tout cas c'est bien vu que j'habite assez loin.

D'accord. Autre chose ? Avec les technologies peut-être ?

Réponse : e ne sais pas, avec les nouvelles technologies on peut proposer plein de choses. Peut-être quelque chose avec la géolocalisation qui pourrait nous dire où on trouve le produit le plus prêt ou le magasin. Mais après on ferait peut-être moins de commerce en ligne du coup.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : C'est vrai que moi j'utilise beaucoup le commerce en ligne. C'est vraiment bien. Mais pour les gens qui habitent en ville je ne pense pas que ce soit aussi intéressant pour eux. Ça aide surtout les gens de la campagne et ceux qui n'ont pas de moyen de se déplacer. Donc non je pense que les gens qui habitent en ville font les magasins.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non ça ne m'est jamais arrivé. Bon comme je n'ai pas beaucoup de revenu je commande rarement pour de gros montants sur Internet. Mais je ne pense pas que ce soit dangereux.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Je pense qu'une montre ça s'achète pas beaucoup sur Internet. Il faut essayer avant, la voir, la toucher. Si je devais me rendre un jour sur un site d'horlogerie, ce serait surtout pour voir les modèles et repérer ce qui me plaît.

Et donc tu l'achèterais en ligne aussi la montre si elle te plaît vraiment ?

Réponse : Non, je ne pense pas que j'achèterais sur Internet.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Comme pour l'horlogerie. Le luxe c'est quelque chose qu'on veut toucher avant d'acheter. Pour rester sur l'horlogerie, les montres de luxe ne se vendraient pas sur Internet je pense. Quels seraient les avantages à acheter en ligne? Même moi qui habite à 40 minutes, je me déplacerais pour faire ce genre d'achat.

Pourquoi ça ?

Réponse : Je ne sais pas, le luxe il faut voir avant. Je ne sais pas comment expliquer.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 9:40
Lieu : Uni Dufour

Âge : 31
Nationalité : Portugaise

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour pouvoir le faire depuis chez moi. Acheter en ligne ça permet aussi de comparer les prix souvent. On peut économiser en le commandant là où c'est le moins cher. Les magasins c'est bien pour passer une journée entre amis. Mais si on veut être tranquille c'est plus sympa de le faire en ligne sans devoir aller dans la foule dans les magasins.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Que ce soit rapide et simple. Et que le paiement soit sécurisé.

C'est important la sécurité ? Plus qu'en magasin ?

Réponse : Oui c'est important. On peut facilement se faire avoir ou quelque chose comme ça. Par ce qu'on est tout seul devant l'ordinateur. En magasin il y a le vendeur, quelqu'un de physique devant nous s'il y a un problème on peut regarder avec eux.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas.

Pas d'idée de service ? Même avec toutes les technologies qu'on a aujourd'hui ?

Réponse : Il y a peut-être quelque chose à faire avec la géolocalisation ou la commande part du magasin le plus proche. Comme ça on passe moins de temps à attendre la commande. Sinon j'aime bien justement pouvoir comparer les prix des produits que je commande.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Dans autre monde peut-être. En tout cas pas en Suisse. Les gens veulent dépenser l'argent dans les magasins selon moi. Par exemple moi j'adore faire les magasins en ville pour me balader, passer une journée entre amis. Après on va boire un café. Et le soir en rentrant on peut réessayer tout ce qu'on a acheté. On n'a pas toujours envie d'attendre d'être livré.

Donc l'attente ça ne te plaît pas trop ? A force d'attendre t'es encore plus content quand tu reçois ta commande non ?

Réponse : Au contraire c'est bien de sentir qu'on a acheté quelque chose de palpable et de l'avoir tout de suite. Après tout ce qui est entreprise de service ou autre ce n'est pas possible. Comme le coiffeur on ne peut pas se faire couper les cheveux à distance.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : C'est vrai que c'est mieux d'acheter en magasin. Je ne sais pas si c'est plus sûr mais c'est plus rassurant. On peut facilement acheter de gros montant en magasin ou en ligne. Mais comme en ligne on paye avec la carte de crédit peut être qu'on se rend moins compte de se qu'on dépense.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Comme leur site Internet actuels mais de pouvoir commander les montres en plus.

Tu ne vois pas quelque chose de spécifique pour les marques de montre ?

Réponse : Non je ne vois pas ce que les entreprises horlogères pourraient apporter de plus.

Il y en a qui ont mis en place un système de réalité augmentée pour avoir une idée de ce que la montre peut donner sur nous.

Réponse : Oui, la réalité augmentée peut être une bonne idée.

Et tu te vois commander une montre sur Internet ?

Réponse : Oui, je commanderais volontiers une montre par Internet si j'en avais l'occasion.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Dans le luxe il y a plein de service à côté du produit. Si les entreprises arrivent à les mettre ou en tout cas quelque un sur Internet pourquoi pas. Mais je ne pense pas que le luxe se vendrait beaucoup en ligne.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 14:30

Lieu : Rive

Âge : 32

Nationalité : Brésilienne

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour pouvoir commander des choses de l'étranger en restant chez moi. Moi qui suis fan des sports américains, on ne trouve pas forcément des tenues de sport ou des chaussures ici. Ou il n'y a pas un choix immense. Alors que sur Internet on trouve tout.

Mais il faut connaître sa taille et tout. En plus aux Etats-Unis c'est différents.

Réponse : Oui je connais ma taille et c'est mieux d'ailleurs parce que pour renvoyer aux USA c'est compliqué.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Bah justement ce qu'on ne trouve pas ici. Après certains sites n'envoient pas de livraison dans tous les pays. Donc il faut vraiment qu'il soit ouvert pour que je puisse commander en Suisse. Et bien sûr les prix. Même avec les frais de douane et de livraison c'est souvent moins cher de commander en ligne. Je ne sais pas pourquoi d'ailleurs.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : De personnaliser. Comme des maillots des chaussures et tout. Nike a très bien compris ça et on peut se créer sa chaussure tout comme on veut.

Tu personnalise souvent quand tu commande en ligne ?

Réponse : Oui, c'est ce que je fais le plus. Après c'est difficile d'imaginer ce qui pourrait y avoir sur des sites de commerce.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non je ne pense pas. C'est vrai qu'autour de moi beaucoup de gens font du commerce en ligne. Mais on continue aussi d'aller dans les magasins. Ça détend de faire les magasins et c'est sympa.

Donc pour toi ce qu'on peut trouver dans les magasins c'est mieux de les acheter directement ?

Réponse : Oui je pense. A Geneve en tout cas je préfère comme je commande surtout ce qu'on ne trouve pas ici.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Alors non, c'est m'est jamais arrivé. Pourtant je commande des sommes des fois importantes. Comme plusieurs centaines de francs ou dollar vu que quand je commande aux Etats-Unis les commandes sont en USD. Mais après je vais sur des sites officiels donc je sais qu'il y a vraiment pas de risque. Mais même je ne vois pas pourquoi avoir peur.

Donc tu pense que c'est assez sécurisé aujourd'hui ?

Aujourd'hui c'est vraiment sécurisé.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Peut-être de pouvoir personnaliser aussi. Mais je ne vois pas. J'ai jamais été sur un site de commerce en ligne donc je ne sais pas vraiment ce qu'il y a.

Il y en a qui propose de pouvoir essayer la montre virtuellement avec la caméra de l'ordinateur.

Oui le fait de pouvoir essayer sa montre virtuellement c'est intéressant. Ça donne une idée. Aussi si on peut voir le modèle de différente couleur ou avec des matières différentes pour les bracelets par exemple c'est pas mal aussi. Mais ce qui serait bien ce serait de vraiment pouvoir la personnaliser à 100%.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Bah je pense qu'aujourd'hui, il faut être sur Internet. C'est devenu très important. Après d'offrir un service de commerce en ligne comme tu dis je ne sais pas. Peut être pas pour les marques de luxe. Enfin je n'en sais rien mais personnellement si je veux acheter du luxe, je vais en magasin directement.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 16:00
Lieu : Carouge

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Généralement, je vais sur les sites en ligne pour acheter des produits étrangers. Des choses qu'on ne trouve pas facilement en Suisse. Je commande souvent en Asie ou aux Etats-Unis et c'est du coup difficile d'aller dans les boutiques directement.

Donc c'est pour ce que tu ne trouves pas à Genève ?

Réponse : Oui voilà

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : De trouver facilement ce que je cherche. Comme souvent il y a beaucoup de produits, on se perd facilement. C'est bien aussi que le site soit disponible en plusieurs langues. Comme je commande régulièrement à l'étranger, je ne parle pas forcément la langue du pays.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : j'avais entendu une fois qu'une nouvelle technologie où on peut prendre une photo d'un objet et grâce à une application ça nous dit où on peut le trouver et où il est le moins cher. Je ne sais pas si c'est vraiment du commerce en ligne mais ça serait bien. Après j'aime bien tout ce qui est du suivi des commandes. Ça me permet de voir quand on colis arrive et de m'adapter. Même si des fois ce n'est pas top, on peut avoir une idée de où est notre colis.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non. C'est sûr que ça aide les clients à faire peut-être plus d'achats. Mais ça ne remplacera pas.

Toi tu te vois faire que des achats par Internet ?

Réponse : Non. Par exemple, même si j'achète pas mal en ligne, je me rends régulièrement dans les magasins. C'est pas pareil, on peut toucher, essayer, demander des informations etc. En ligne c'est vraiment pour la simplicité et pour rester chez soi tout en faisant du shopping

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Je commande rarement de gros montant sur Internet mais je n'ai pas peur de communiquer mes informations bancaires. C'est tellement sécurisé maintenant qu'on ne peut plus avoir peur. Peut-être les informations personnelles comme le numéro de téléphone ou l'adresse e-mail je comprends. Parce que maintenant on ne sait pas qui peut nous appeler pour de la pub ou recevoir plein de mails promotionnels de tout le monde.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : J'ai acheté une Swtach une fois sur Internet, c'était un cadeau pour mon frère. J'ai trouvé leur site très bien fait avec une bonne présentation des produits. Je pense que ça correspond aux attentes que j'ai par rapport aux boutiques en ligne d'entreprises horlogères.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je pense que c'est normal. Pourquoi elles ne pourraient pas ? C'est vrai qu'il y aura peut-être moins d'achat que dans les boutiques normales mais je ne vois pas pourquoi elles ne devraient pas faire de commerce en ligne.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 16:00
Lieu : Carouge

Âge : 29
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : C'est souvent moins cher sur les sites. J'adore faire du shopping mais ça coûte des fois plus cher. En plus, sur Internet on peut personnaliser les articles qu'on veut. Comme des coques d'iPhones ou des t-shirts. Ça permet aussi d'éviter la foule qu'il y a dans les magasins. Je suis aussi beaucoup prise par mon travail donc je peux acheter depuis chez moi ou dans le tram quand je rentre.

T'as des applications pour faire tes achats ?

Réponse : Oui j'ai des applications qui sont très bien faites avec différentes catégories pour les articles.

Mais ce n'est pas de fabricant ? C'est des sites généralistes ?

Réponse : Oui ce sont des applications de généralistes. Je vais aussi de temps en temps sur les sites de fabricants mais c'est quand j'ai déjà une idée de ce que je veux et sur leur site Internet je n'ai pas d'applications pour ces sites.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des nouveautés. J'aime bien découvrir et voir les derniers articles. Comme j'ai dit j'y vais quand j'ai un peu de temps après mon travail donc que ce soit clair et rapide. Avoir une vue d'ensemble de ce qu'il y a et après de pouvoir chercher plus précisément. Desfois aussi quand on commande en ligne des habits les tailles sont pas ce qu'on pense ou ce genre de chose. Par exemple sur Zalando on peut retourner gratuitement les habits qui ne nous vont pas ou qu'on n'aime pas. Et on paye que pour ce qu'on garde. Ça c'est pas mal. Mais la plupart du temps on paye avant l'envoi de la commande donc on ne peut pas retourner ce qu'on ne veut pas.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Justement cette histoire de retour. Sur Internet on ne peut pas essayer par exemple les habits ou autres donc c'est bien de pouvoir les essayer à la maison et de pouvoir les rendre si jamais. Un délai de livraison court ce serait bien aussi. Des fois on attend presque un mois pour recevoir ce qu'on a commandé.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non je ne pense pas. Même si de plus en plus de gens font des achats en ligne, on aimera toujours faire du shopping. Quand on achète en ligne on a moins cette satisfaction des fois qu'on a de dépenser son argent. En magasin on essaye, ça nous plaît, on achète. C'est simple.

Du coup pourquoi acheter en ligne ?

Réponse : Moi j'achète en ligne parce que je n'ai pas le temps d'aller toutes les semaines en ville pour faire les magasins. Généralement je vais dans les centres commerciaux comme Balaxert comme ça j'ai tout au même endroit. En ligne on peut facilement trouver des articles chinois ou américains qu'on n'a pas ici et que donc on est obligé d'acheter en ligne. Les boutiques sont là pour que les marques soient présentes physiquement à Genève qui est quand même une ville importante.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : C'est vrai que comme on ne peut pas essayer ce qu'on achète, on fait attention à ce qu'on achète. Je comprends ça. C'est embêtant de dépenser beaucoup d'argent pour des habits qui ne nous vont pas ou des produits qui ne sont pas adaptés. Pour ça je pense qu'on aime être rassuré avec un conseiller ou tout simplement essayer le produit pour être sûr qu'il est fait pour nous.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : J'ai une application où on trouve des montres. C'est surtout des montres asiatiques mais ça se fait. Si des entreprises suisses font un site j'y irai certainement. Mais j'aime bien voir les nouveautés et en horlogerie je ne sais pas s'il y en a beaucoup. Du coup on va une fois sur ces sites, on regarde ce qu'il y a et on achète si on veut. Je ne pense pas que ce soit un site où on irait régulièrement pour faire des commandes. Mais pour certaines personnes ça peut être intéressant. Je pense qu'il faut connaître un peu les montres pour acheter en ligne. Des fois y a des informations qu'on ne comprend pas comme le type de calibre ce genre de chose. C'est comme les voitures, pas beaucoup de gens connaissent et avoir un conseiller qui explique tout en détail c'est important je pense.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Comme j'ai dit avant pour des articles chers, c'est bien d'être rassuré et d'être sûr de son achat. C'est quelque chose qu'on va garder pour longtemps si c'est une bonne marque. On a pas envie de dépenser plusieurs centaines de francs pour au final quelque chose qui nous plaît pas ou qui nous va pas je ne dis pas que ces entreprises ne doivent pas le faire des sites de commerce en ligne. Mais je pense que seuls les connaisseurs s'y rendent. D'ailleurs certaines entreprises refusent de faire du commerce en ligne. Je pense qu'elles ont parfaitement compris que ça intéresse pas leurs clients habituels. Parceque dans le luxe il y a tous les services autour du produit qu'il y a pas en ligne.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11:30
Lieu : Uni Mail

Âge : 26
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour les prix qui sont souvent moins cher. Même pour les marques. Souvent je vais en magasin pour repérer et essayer mais je vais ensuite en ligne pour les commander.

Pourquoi tu fais ça ?

Réponse : Ça me permet de ne pas faire d'erreur de taille par exemple pour les habits et d'économiser de l'argent.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Qu'il y ait les mêmes produits que dans les boutiques. Comme ça je peux repérer avant et je sais qu'ils seront en ligne. Même des fois on trouve un produit encore moins cher sur un site de détaillant que sur le site de la marque. Voilà donc je pense que les produits qu'on trouve en boutique et les prix plus intéressants qu'en boutique c'est-ce que je recherche le plus.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Des comparateurs de prix. Pour pouvoir économiser encore plus. Trouver le produit le moins cher possible je pense que c'est ça le grand avantage d'internet. Aujourd'hui avec la crise et tout, les gens cherche à économiser le plus possible. Internet peut les aider à faire ça.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Oui comme j'ai dit on peut trouver des choses à très bon prix. Mais après pour la plupart des produits c'est bien de les essayer avant de les acheter. Moi je fais les achats en deux parties. D'abord j'essaye en magasin et après sur Internet.

Mais tu dois attendre la livraison ca te dérange pas ? Alors que si tu achetais en magasins tu l'aurais tout de suite.

Réponse : Non, ça ne me gêne pas d'attendre la livraison. Ca va généralement très vite et j'économise alors tant mieux.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non pas du tout. Les sites Internet sont très sûrs. Moi j'ai pas du tout peur de commander beaucoup de produits en même temps. En plus les frais de livraison sont moins chers quand on commande beaucoup.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : La même chose que les autres sites. Qu'il y ait les mêmes articles qu'en magasin. Qu'on puisse essayer, repérer en boutique pour commander moins cher ensuite.

Mais tu ne crois pas que les prix serait les mêmes que dans les magasins ?

Non sur Internet comme il y a moins de frais pour l'entreprise on peut toujours trouver moins cher. Comme ca on connaît ca taille de poignet et on a déjà choisi la montre qu'on veut. On a plus qu'à la commander. Qu'on puisse aussi choisir par exemple entre différents bracelets, ou couleurs pour certaines pièces de la montre.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Pareil que pour l'horlogerie et que le reste. Parce que beaucoup de l'horlogerie à Genève c'est du luxe.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 10 :15
Lieu : Uni Mail

Âge : 30
Nationalité : Italienne

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Quand je n'ai pas envie d'aller en magasin. Ça ouvre aussi les portes de magasins qu'on n'a pas ici. Et on trouve souvent moins cher des produits quand on les achète à l'étranger. Il y a aussi plein de site qui proposent des objets de toutes sortes et on peut tout mettre dans le même panier.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des prix bas. C'est pour ça souvent que je vais en ligne. Comme les entreprises de commerce en ligne on moins de charge à part les stocks, ça leur permet de faire des prix bas tout en gardant une marge. Que la qualité soit bonne aussi.

Donc la qualité des produits c'est important ? Pourtant si tu vas sur un site d'une marque la qualité sera la même qu'en magasin normalement.

Réponse : Oui mais pour les autres sites, on voit beaucoup de gens qui se font arnaquer sur Internet surtout à l'étranger. Il faut faire attention à ce qu'on commande en ligne.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas vraiment. Je n'ai pas d'idée comme ça.

Même avec les technologies qu'il y a maintenant tu ne vois pas ce qui pourrait y avoir ?

Réponse : Ah oui, j'ai vu chez Apple qu'il y a un service de chat quand on a une question. Je sais plus exactement si c'était pour du commerce en ligne mais ils le font. Ça permet au client d'avoir des réponses sans avoir besoin

d'aller en magasin. Il y a plein d'entreprises qui proposent différents services. Comme pour les lunettes avec la Webcam où on peut se voir en portant les lunettes. Oui c'est de la réalité augmentée. Je pense que ça peut marcher pour les sites en ligne. Maintenant tous les appareils ont des caméras et on peut facilement essayer des lunettes sur son iPad ou iPhone. Pourquoi ne pas pouvoir le faire pour d'autres choses ? ?

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non. Pas pour l'instant en tout cas. Faire les boutiques reste une activité que tout le monde aime faire. Ça ne va pas changer ces prochaines années.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Tout dépend de ce que c'est. Si ça coûte cher je préfère voir le produit avant, personnellement. Les produits chers sont un investissement. Par exemple j'ai acheté un vélo le mois passé. Même si je ne crois pas qu'il soit possible d'en commander en ligne, j'ai d'abord voulu le voir et l'essayer avant de l'acheter. Ce n'est pas possible de faire ça en ligne. Même avec la réalité augmentée. Donc voilà je pense que les objets importants qu'on achète à un prix élevé ne se vendent pas sur Internet.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Du commerce en ligne d'une entreprise horlogère ? J'ai déjà vu des montres sur des sites en ligne mais pas de site d'entreprises horlogères. C'était des montres de petites marques à quelques dizaines de francs.

C'était sur le site de la marque ?

Réponse : Non ce n'était pas sur leur site à eux.

Ah donc sur un site généraliste ?

Réponse : Oui sur un site généraliste.

Et donc tu penses que les montres en générale se vendraient sur le site de la marque ?

Réponse : Suivant la montre ça peut être un gros achat. Comme j'ai dit avant je ne suis pas sûr que ce genre d'achat se fasse sur Internet.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Ce sont de gros achats les gens préfèrent avoir le produit devant. Je ne pense pas que ce soit vraiment bien pour ces entreprises de vendre sur Internet.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11 :00

Âge : 29

Lieu : Rive

Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Déjà qu'on peut le faire quand on veut et où on veut. On sort par exemple son téléphone et on peut tout trouver assez rapidement. Et justement on trouve de tout. On peut simplement naviguer et commander si on voit quelque chose qui nous plaît ou chercher un produit en particulier et le trouver rapidement.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Que ce soit rapide. Autant le site en lui-même, qu'il n'y ait pas de bog, que le temps d'attente pour recevoir le produit.

D'accord, c'est tout ?

Réponse : Oui, c'est tout je pense.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les avis des gens sont importants. Comme on n'a pas trop de possibilités de demander à un vendeur, ce sont ceux qui ont déjà commandé le produit qui nous informe s'il est bien ou pas. S'il y a plein de commentaires positifs ça peut nous inciter à acheter et à l'inverse si les commentaires sont négatifs on n'achète pas.

Mais si ça te suffit pas sur pense pas que demander à un conseiller par exemple avec un chat ça pourrait aider ?

Réponse : Oui, on pourrait imaginer un chat avec un vendeur en ligne. Ça pourrait être intéressant et il pourrait nous conseiller.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : C'est normal. C'est nouveau. Les gens utilisent Ça de plus en plus mais pas tout le monde. Des personnes surtout les plus âgés qui ont toujours acheté dans les magasins n'utilisent pas forcément Internet.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Je ne sais pas. Des gros achats c'est quoi ?

Plus de 500CHF.

Réponse : Moi je n'ai jamais fait Ça. Mais je comprends. On a personne en face de nous, on ne sait pas vraiment où va l'argent.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Pour Noel j'ai été sur le site de Swatch pour un acheter une à mon frère. Je n'ai pas commandé sur Internet je voulais juste voir les différents modèles. Pour avoir une idée. C'est bien mais moi je préfère la voir quand même.

Donc tu trouves bien que les marques proposent un site ou tu peux commander leurs produits ?

Réponse : Oui, c'est bien qu'ils le fassent, d'offrir la possibilité en tout cas. Ça peut peut-être faire augmenter leurs ventes.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Pareil. Ça peut augmenter leurs ventes. Après je ne sais pas. Oui, elles doivent le faire pour être « à la mode », jeu de mots. Mais sinon je pense que ça peut être plus intéressant pour que les clients mettent des avis ou puisse poser des questions donc on en reviendrait un peu au chat en ligne qu'on a parlé avant.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 14 :30
Lieu : Plainpalais

Âge : 31
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour rester chez moi. Quand j'achète en ligne c'est souvent le soir chez moi, ou à midi pendant ma pause. Ça dépend en fait. Généralement c'est quand je reçois un mail avec des nouveautés je vais voir et si quelque chose me plaît je commande.

Tu reçois régulièrement des mails de ces sites ?

Oui, je reçois environ 2 mails par semaine de différents sites. Sinon, je vais rarement comme ça sur les sites.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Bah ça c'est bien les mails. Ça permet de rester informé de ce qu'il y a. C'est vrai que les magasins le font aussi mais les sites c'est plus réguliers. Sinon une certaine dynamique. Renouveler souvent les produits comme les magasins le font.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les mails. Ça reste une bonne façon de garder les clients informés, de les fidéliser aussi je pense. Sinon je ne sais pas. Ce qui est bien avec certains sites, c'est qu'on paye après la livraison. Donc on reçoit chez nous le produit et si ça ne nous plaît pas, on le renvoie. Et les frais de retour sont souvent payés par l'entreprise. Ça c'est pas mal.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non, Les deux façons d'acheter ont leurs avantages et inconvénients. Certains préfèrent les achats en ligne et d'autres les magasins en vrai.

Donc tu penses que les deux sont complémentaires ?

Réponse : Oui, voilà les marques peuvent proposer les deux façons de vendre.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : D'avoir peur ? Non. Mais de dépenser un gros montant je comprends. Comme on n'est pas en face du caissier, on ne sait pas à qui on achète. Mais pour tout achat c'est comme ça. Il y a tout le mystère de qui peut se retrouver derrière l'écran. Mais en principe il ne faut pas.

Même si il y a toujours le mystère comme tu dis, tu penses que c'est assez sûr quand même ?

Réponse : Oui, c'est assez sûr.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : C'est une bonne question. Ce serait un site de commerce en ligne comme les autres.

Tu ne vois rien qui pourrait être spécial pour les entreprises horlogères ?

Réponse : Rien de spécial pour l'horlogerie, non.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Comme pour l'horlogerie un site normal de commerce en ligne.

Mais il n'y a pas des services que tu penses qui seraient bien pour le luxe ?

Réponse : Non, comme ça je ne vois pas.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 15 :15

Lieu : Plainpalais

Âge : 28

Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : J'adore. Sur des grand sites on peut faire de grosse commande, essayer à la maison et renvoyer ce qui nous plait pas ou ce qui n'est pas à notre taille. Et au final on garde ce qu'on veut. En plus on trouve souvent des choses qu'il y a pas en magasins en tout cas à Genève.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Plein d'articles différents et je dirais que le site soit du coup bien organisé.

Comme dans les magasins avec les rayons ?

Réponse : Oui voilà, des fois on passe à côté de choses qu'on a pas vu par ce qu'ils se mélangent à d'autres produits. Donc oui des rubriques, et des catégories.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Des services... Des mails. Je reçois des fois des mails en fonction de ce que j'ai déjà commandé. Avec les nouvelles choses qui pourraient me plaire. Ou des offres qui durent seulement une journée.

Tu reçois souvent ces mails ?

Non ce n'est pas tout le temps ça dépend Par exemple il y a en a plus avant les fêtes de fin d'année.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Pourquoi pas. Moi je fais rarement les boutiques. Sauf pour des occasions comme un mariage ou je dois m'acheter une robe par exemple. Ou si je suis déjà en ville. Mais je ne me dis plus "je vais en ville pour faire du shopping".

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non, moi pas du tout. Bon je vais sur les même sites donc je connais. Mais il me semble qu'il y a la possibilité de payer par la poste si des gens ont peur sur Internet.

Mais dans l'ensemble tu penses que la sécurité est suffisante ?

Réponse : Oui normalement il ne devrait pas y avoir de problème.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : J'ai déjà une montre qui va me durer plusieurs années donc je ne pense pas aller en commander prochainement.

Et si tu ne l'avais pas et que les marques proposaient un site de vente en ligne ?

Bah si je devais m'y rendre j'aimerais avant pouvoir toucher le produit et l'essayer. Donc je ne sais pas si je commanderai en ligne.

Donc se serait plutôt pour repérer et t'informer que t'irais sur Internet ?

Oui voilà, plutôt pour repérer sur Internet.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Il faudrait plus de services que sur un site qui n'est pas du luxe je pense pour attirer du monde. Pourquoi pas de payer après la livraison comme je fais moi la plupart du temps. Mais il y a le risque de vol donc je ne sais pas.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 09:10
Lieu : Uni Mail

Âge : 27
Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Parce que c'est plus rapide, c'est plus pratique et il y a moins de monde. Dans le sens où quand t'es dans un magasin tu dois attendre, faire la queue et je n'aime pas trop ça. En ligne on est chez nous et on peut commander comme on veut sans être dans un magasin bondé.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : J'attends que ce soit pratique, que ce soit simple, qu'on n'a pas besoin de chercher partout c'est le plus important. Il faut qu'il soit clair pour qu'on s'y retrouve facilement.

Comment ça ?

Réponse : Bah pas que tout soit en vrac n'importe comment. Il faut que se soit simple de trouver ce qu'on cherche.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas d'habitudes je trouve toujours ce que je cherche.

Même avec les technologies qu'on a aujourd'hui tu ne penses pas que ça pourrait améliorer t'es achats en ligne ?

Réponse : Écoute comme ça je ne vois vraiment pas.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ?

Pourquoi ?

Réponse : Non je pense que ça va pas remplacer parce que les gens ils aiment bien l'expérience d'aller dans les magasins, de chercher, de toucher la matière etc. Ça fait partie de l'expérience d'acheter quelque chose. Ça peut aider c'est plus pratique surtout si on veut acheter quelque chose qu'on n'arrive pas à trouver chez nous (par exemple aux USA) et je pense que ça va pas remplacer.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Oui. Personnellement je n'aime pas faire de gros achat en ligne parce que j'ai toujours peur de mettre mes informations, mes données personnelles, carte de crédit et tout. Je préfère faire des petites commandes. Même si j'ai déjà fait un achat sur ce site et que je suis sûre je n'aime pas trop.

Donc tu pense qu'il faut faire attention quand t'achète en ligne ?

Réponse : Oui. Même si c'est un site que tu connais il faut quand même faire attention. En tout cas moi je fais attention par exemple à ce que mes données soient pas enregistrées automatiquement. Je préfère les écrire à chaque fois plutôt que savoir qu'elles sont sur un site.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Les mêmes services que je peux trouver en magasin. Que je puisse être bien renseignée sur les produits pour les connaître, avoir toutes les informations pour pouvoir acheter et me faire conseiller par quelqu'un qui s'y connaît.

Comment tu voudrais te faire renseigner sur Internet ?

Réponse : Je ne sais pas, par mail ou téléphone. Sinon je vais au magasin directement.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je trouve que c'est intéressant et je trouve que c'est important aussi mais ça reste quand même subsidiaire aux magasins pour aller acheter quelque chose. Surtout pour le luxe ou les gens aiment bien toucher ce qu'ils achètent.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 16 :00
Lieu : Carouge

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Je vais en ligne pour avoir des prix avantageux. Il y a des bonnes affaires en ligne qu'il n'y a pas forcément en magasin. On peut commander depuis l'étranger aussi.

Donc c'est surtout pour économiser et trouver des choses qu'il n'y a pas à Genève ?

Réponse : Oui en gros c'est ça.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas. Non, rien ne me vient comme ça.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas.

Même quelque chose par rapport aux livraisons ou à l'expérience que t'as sur ces sites ?

Réponse : Oui une livraison rapide c'est toujours mieux. Comme ça on n'a pas besoin d'attendre trop longtemps quand on a commandé.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ?

Pourquoi ?

Réponse : Non. Il y a des choses que je ne me vois pas acheter sur Internet. Comme par exemple la nourriture ou les médicaments. Après pour tout ce qui est des habits pourquoi pas. Mais sur Internet on ne peut pas essayer on a juste une photo du produit ce n'est pas assez je pense.

Et si on pouvait voir les produits différemment avec la webcam de l'ordinateur par exemple ?

Réponse : Oui, si on avait la possibilité de voir autrement le produit pourquoi pas.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Ça ne m'est jamais arrivé. Mais je sais par exemple que mes parents ne font pas trop confiance en Ca. Ils évitent généralement de faire des achats en ligne. Donc oui je pense que les gens ont parfois peur.

Mais pas toi ? Tu penses qu'il n'y a pas de risque ?

Réponse : Moi non, je n'hésite pas à commander en ligne.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Pour l'horlogerie il faut pouvoir essayer la montre. Je ne sais pas vraiment.

Il y a des entreprises qui proposent aux clients en ligne de voir la montre sur le poignet avec la réalité augmentée ou tu vois vraiment la montre comme si tu la portais.

Réponse : Oui si on a la possibilité avec les technologies d'avoir une première impression pourquoi pas. Mais je ne sais pas si ça marcherait vraiment.

Toi tu ne te vois pas acheter une montre en ligne ?

Réponse : Oui, moi je pourrais très bien acheter une montre en ligne mais je ne sais pas si tout le monde je ferais.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Non. Le luxe c'est un univers ou il faut essayer, sentir, toucher. Dans certaines boutiques, un vendeur nous suit partout pour nous aider.

Donc tu ne penses pas que ça marcherait ? Même avec un service de chat ou tu pourrais parler à un vendeur ? C'est comme si il te suivait partout aussi et tu peux poser les questions que tu voudrais.

Non, même avec un service de chat je ne pense pas que ça marcherait. Le magasin en lui-même fait parti du produit qu'on achète et la décoration, le cadre etc font que c'est du luxe. Et la qualité du produit aussi.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11 :45
Lieu : Uni Mail

Âge : 31
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Parce que c'est plus simple et plus rapide. Pas dans le sens où on doit attendre la commande. Mais on n'est pas dans la foule. Pas besoin de faire la queue à la caisse. Je choisis simplement ce que je veux, je le mets dans mon panier et après je commande et je peux retourner faire ce que je faisais avant.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Qu'elles soient simples à utiliser. Qu'il n'y ait pas de bog et qu'on s'y retrouve facilement.

Donc qu'ils soient bien faits ?

Réponse : Oui voilà, il ne faut pas se perdre dans toutes les pages et que ça soit clair ou on se trouve sur le site. Comme dans un magasin d'habits, on sait qu'on est dans le rayon pantalon ou plutôt des pulls.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Le SAV est important. Si quelque chose n'est pas à notre taille ou finalement ne nous plaît pas qu'on puisse le retourner facilement.

Ça t'est déjà arrivé ?

Oui Ça m'est déjà arrivé. J'ai renvoyé le produit et j'ai reçu en retour un bon de la valeur de ce que j'ai renvoyé au mail. C'était un code à entrer lors de ma commande suivante et ça m'a déduit directement le montant du prix final.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non. Je ne pense pas parce que sinon les marques oseraient pas aller en ligne je pense. Si Internet mangerait complètement leurs ventes et qu'ils devraient fermer leurs boutiques ça ferait des emplois en moins. Et ce n'est pas la même chose d'acheter en ligne ou en magasin. Les deux sont devenus important aujourd'hui.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Alors si ça m'est déjà arrivé non. Après ce que j'en pense... Je ne sais pas. Les gens qui ont peur d'acheter en ligne vont dans les magasins. C'est pour ça pour la question d'avant que je disais que les deux façons d'acheter sont importantes. Les gens qui n'aiment pas acheter en ligne iront toujours dans les magasins et ceux qui n'ont pas le temps où l'envie d'aller dans les magasins achèteront en ligne. Chaque personne achète comme il veut et chaque possibilité est faite pour différentes personnes.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Il y en a ? Je ne savais pas. Je ne sais pas ce qu'il peut y avoir de spécifique à un site de montre. Bien sûr les modèles et toutes les déclinaisons. Mais après je ne vois vraiment pas.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Ils ne peuvent pas offrir les mêmes prestations qu'en magasin. Mais je pense que ça pourrait marcher. Les gens achètent tout et n'importe quoi sur Internet alors pourquoi pas des produits de luxe ? Après si les marques de luxes ne sont pas encore sur Internet c'est qu'elles n'ont pas jugé nécessaire d'y aller.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 13 :00

Âge : 29

Lieu : Carouge

Nationalité : Suisse

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour ce qu'on ne trouve pas à Genève. Si je vais en ligne généralement c'est pour des produits venant de l'étranger. Sinon je vais directement dans les magasins à Genève.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des produits sympas. Mais avant tout que le délai de livraison soit court. Par exemple si on commande en Suisse les délais sont souvent de 24 ou 48h, ce qui est assez court.

Juste un délai de livraison assez court ?

Réponse : Les frais de livraison aussi. Généralement ils ne sont pas très élevés mais ça revient quand même plus cher que de les acheter en magasin. C'est pour ça que je commande que ce qu'on ne trouve pas ici.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les délais de livraisons courts.

Rien d'autre ? On peut imaginer pleins de choses avec les technologies comme avec la webcam et tout.

Réponse : Oui, se serait bien aussi d'avoir une idée de ce que les produits donnent sur nous. Comme pour les lunettes ou on peut voir avec la Webcam de l'ordinateur les lunettes directement sur notre visage. Par ce que le fait d'essayer c'est ce qu'il manque le plus en ligne par rapport aux magasins. Même si c'est difficile d'estimer la taille des habits en ligne.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ?

Pourquoi ?

Réponse : Moi j'achète pas mal en ligne. Mais dire que ça remplace les boutiques, non je ne pense pas. Même si ça se démocratise pas mal, je pense que les gens continueront de faire les magasins. Comme par exemple quand il y a les soldes et qu'on voit aux USA les gens se ruer dans les magasins pour être les premiers à avoir de bonnes affaires.

Tu ne penses pas que sur Internet quand il y a des offres c'est pareil ? Comme avec le site Qoqa qui proposent souvent des bons produits à des prix très bas ?

Réponse : Non, je ne pense pas qu'il y ait le même engouement sur Internet. Il y a souvent de très bonnes affaires et les soldes auraient moins d'impact je pense sur Internet.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Oui je comprends. Les données bancaires sont très sensibles pour les gens. Surtout pour les personnes plus âgées qui n'ont pas vraiment grandi avec Internet. Moi ça ne me gêne pas parce que j'ai confiance et que je connais ça.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Des montres. Et des explications. Mon copain travaille dans l'horlogerie et c'est très compliqué comme produits. Peut-être un film explicatif où on verrait l'intérieur des montres, comment elles sont fabriquées, et leurs caractéristiques.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne pense pas que ça attire leurs clients principaux. Les riches font pas trop de commerce en ligne je pense. Ils ont besoins de tous les services qui vont autour du luxe. C'est très important d'avoir un site Internet pour présenter l'entreprise et les produits mais je ne pense pas que ce soit intéressant pour eux d'avoir la possibilité de commander en ligne. Les personnes aisées peuvent se déplacer en boutique et aime ça. La plupart du temps les entreprises de luxe misent beaucoup sur la présentation, les odeurs, le cadre de la boutique, ce qui est difficile à faire sur Internet. Et pour les gens moins aisés, ils sont fiers de montrer qu'ils sortent de Louis Vuitton et Chanel avec leurs sacs de la marque. Ils n'achèteraient pas par Internet non plus d'après moi.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 9 :30

Lieu : Plainpalais

Âge : 33

Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : En fait pour moi acheter en ligne c'est quand je veux être tranquille. Quand on va au centre-ville à Genève ou dans les centres commerciaux comme Balexert ou la Praille, il y a toujours du monde. En plus ça fait gagner du temps dans le sens où je peux le faire chez moi en faisant à manger ou devant la télé.

Donc tu penses que c'est plus pratique ?

Réponse : C'est du coup plus pratique oui.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Bah que ce soit simple et qu'on s'y retrouve facilement. On trouve absolument tout sur Internet. Du coup il faut que ce soit organisé. Je ne sais pas si t'as déjà tapé « acheter en ligne » sur Google, t'as énormément de sites qui apparaissent. Et chacun disent que c'est moins cher chez eux avec une bonne qualité. Du coup moi je vais que sur des sites sûrs que je connais. On peut vite tomber sur des sites qui disent faire de la bonne qualité alors que c'est de la camelote en réalité. Mais ça tu t'en rends compte que quand tu reçois ta commande.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Des avis d'utilisateurs c'est top. Ça donne une bonne idée de ce qu'est le produit. Et ça confirme que ce n'est pas de la camelote justement.

D'accord, C'est tout ?

Réponse : Oui je pense que c'est tout.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non quand même. Parce que voilà en magasin on est sur de la qualité du produit puisqu'on la essayé, touché etc. Et quand c'est des marques on connaît généralement. Il y a des sites de ventes privées ou comme ça qui vendent des marques même de luxe sur Internet mais on ne sait jamais si c'est effectivement de la marque ou si c'est du faux. Moi je n'achète pas comme ça parce que je veux ne pas avoir de problème et perdre de l'argent pour quelque chose qui n'en vaut pas la peine.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non ça dépend surtout du site justement. Moi je n'ai pas peur d'acheter sur Amazon ou Groupon quand il y avait encore en Suisse. Même pour de gros montant. Après je ne connais pas les croyances des gens.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Bah déjà là je n'aurais pas peur de commander parce que c'est un site officiel. Après le commerce en ligne de montre pourquoi pas. J'ai déjà vu des montres justement sur des sites de ventes privées ou d'autres sites de vente en ligne mais pas spécifiques aux montres. Je pense que ça marcherait. Après ce que j'en attends je ne sais pas.

Par exemple des infos sur les produits, ou de pouvoir prendre rendez-vous dans un magasin avec un vendeur.

Oui des infos sur les produits et la possibilité de pouvoir prendre rendez-vous aussi.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Que c'est bien. Comme j'ai dit les sites officiels je n'ai pas peur de commander. Parce que je sais que c'est les produits de la marque avec la qualité qui va avec et tout. Après il faut faire attention avec la douane aussi. Mais dans l'ensemble non ça ne me choque pas.

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 12 :30
Lieu : Uni Mail

Âge : 26
Nationalité : Portugaise

Questionnaire

Effectuez-vous des achats en ligne ?

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour trouver des choses que je ne trouve pas forcément en boutique. Par exemple des marques étrangères ou des produits très spécifiques qu'il est difficile à trouver en magasin. Par exemple un joli bijou. Quand on sait ce qu'on cherche, on ne va pas aller dans 10 magasins différents pour le trouver. On le cherche sur Internet c'est beaucoup plus simple.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : De pouvoir chercher et trouver facilement ce qu'on cherche. Les sites de vente en ligne sont très vastes et il y a énormément de produits. Il faut donc qu'ils soient bien « rangés ».

Autrement il y a souvent une barre de recherche qui permet de trouver facilement non ?

Réponse : Oui, souvent avec la barre de recherche ça aide mais quand on ne sait pas le nom exact du produit ça ne sert pas à grand-chose.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Un service de suivi des commandes c'est bien. Comme ça en me levant le matin je regarde si ma commande c'est déplacée, où elle est etc. Une visualisation en 3D ça serait bien aussi. Souvent on a juste une photo du produit mais c'est mieux de le voir de tous les côtés. J'ai déjà vu sur par exemple Owayo ou t'as le produit et tu le vois de tous les côtés.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non je ne pense pas. C'est comme les services de banques en ligne. Aujourd'hui on peut presque tout faire grâce à des applications mobiles ou les sites internet. Mais les gens vont quand même aux guichets. C'est rassurant et c'est mieux, on a quelqu'un pour nous aider ou nous renseigner. Donc je ne pense pas que ça remplacera complètement les magasins.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non, c'est comme les banque. Comme je viens de dire. On a des applications pour les données bancaires là c'est pareil.

Mais c'est des applications des banques

Réponse : Oui, c'est vrai que c'est des applications spécifiques mais même. Nos données sont en ligne. Après je ne pense pas que ce soit vraiment le montant de la commande qui pose problème mais le fait d'acheter en ligne tout simplement.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Comme j'ai dit avant le 3D serait bien pour visualiser la montre de tous les côtés et d'avoir les informations dont j'ai besoin. J'y connais rien en montre donc des informations claires et simple mais suffisantes pour que je comprenne un minimum ce que j'achète.

Du coup tu te vois acheter une montre en ligne ?

Réponse : Oui, si j'ai suffisamment d'informations et que la montre me plaît.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Le luxe c'est tout un univers, une expérience. Je ne suis pas sûr que ce soit possible de reproduire ça facilement sur Internet et que ce soit aussi bien qu'en magasin.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 9 :00
Lieu : Carouge

Âge : 26
Nationalité : Italienne

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Je vais sur les sites de commerce en ligne régulièrement. On y trouve toujours des nouveautés sympas. Je ne reçois pas forcément de notifications sur tous les sites où je vais mais sur certains sites de vente privées comme par exemple pour des voyages, je reçois des e-mails des nouvelles destinations. Ça évite de faire toutes les recherches pour partir en vacance et les prix sont intéressants.

Et c'est ce que tu préfères par rapport aux magasins ?

Réponse : Oui, quand on fait les boutiques, il y a souvent du monde, il faut avoir le temps de se déplacer et ce n'est pas toujours le cas.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : De la simplicité. Je n'aime pas devoir chercher pendant des heures ce que je cherche sur Internet sinon autant se déplacer et demander à un vendeur. Il faut aussi que ce soit fluide et agréable. Je pense que c'est important de donner envie de s'y rendre. C'est pareil pour les magasins. Personne ne voudra rentrer dans une boutique sale ou mal présentée. Comme on n'a pas de conseiller à disposition c'est très important d'avoir toutes les informations sur le produit qu'on achète. J'ai déjà vu des personnes qui se sont fait avoir sur Internet parce que les informations n'étaient pas suffisamment détaillées.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas.

Pense un peu avec les technologies ou les services classiques qu'on trouve sur ces sites. On peut par exemple demander en ligne à des conseillers ce genre de chose.

Réponse : Avoir un conseiller à disposition serait pas mal. Je sais pas quelque chose de virtuel ou une forme de chat même si c'est très compliqué à mettre en place. Une chose que j'aime bien et qui marche pas mal c'est le retour gratuit. Certaines entreprises le font et je trouve ça très bien. Ça permet je pense d'avoir moins peur de faire des achats. Si ça ne nous plaît pas on le rend et on est alors remboursé.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non, pas du tout. On aime aller dans les magasins, faire des achats, passer une journée entre ami à faire les boutiques. C'est important. Les sites en lignes sont plutôt une alternative à un besoin précis je pense. Soit parce qu'on n'a pas le temps d'aller faire les boutiques, soit parce qu'on cherche quelque chose de précis et on sait qu'on peut le trouver moins cher sur Internet.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : J'évite de commander pour de grosses sommes sur Internet. Déjà je n'ai pas les moyens. Après je n'ai pas peur de communiquer mes informations bancaires. Ça ne m'est encore jamais arrivé de tomber sur un site malveillant. Et comme je vais régulièrement sur les mêmes boutiques en ligne, mes informations sont déjà inscrites et je n'ai pas besoin de les réenregistrer.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Tout dépend de la marque. Acheter une montre en ligne peut être une bonne chose pour de « petite » montre. Encore une fois, ça peut se faire quand on n'a pas le temps de se déplacer. Mais si non achète une montre pour soit, c'est bien de l'essayer avant. C'est très spécifique une montre. Il faut s'y connaître un peu quand même. Il faut que le site soit adapté à l'entreprise et à la clientèle et retrouver le même genre de service qu'en boutique réelle.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Si on reste dans les montres, je ne pense pas que cela soit intéressant. Souvent, les clients des entreprises de luxe aiment être chouchoutés et veulent que les autres voient qu'ils ont de l'argent. Pour ça, ils vont faire les boutiques. Les gens qui ont de l'argent se déplacent dans les boutiques ou même directement dans les manufactures pour se sentir privilégiés. Je ne pense pas que le commerce en ligne soit intéressant pour ce genre d'entreprise dans l'horlogerie ou dans d'autres secteurs.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11 :15
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Comme Nico, j'aime bien aller quand je suis chez moi ou une pause au travail. Ça permet de faire les boutiques sans se fatiguer ni être dans la foule comme pendant les soldes. On peut être dans son lit et faire des achats.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des prix réduits. C'est surtout pour ça que je m'y rends. On trouve souvent les mêmes produits qu'en magasin mais pour moins cher. Après c'est vrai qu'on peut toujours trouver des articles différents mais ce qui m'énerve c'est d'attendre. Il y a souvent des choses qu'on trouve difficilement en magasin et il faut aller sur Internet. Et il faut attendre pour le recevoir. Il n'y a pas souvent de promotion sur ce genre de site. Comme des rabais ou des échantillons. Ça serait bien qu'il y ait plus souvent ça.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les mails qui nous tiennent informés. Dans certains magasins on peut le faire en donnant notre mail mais ce n'est pas pareil. Là sur les sites ils savent même les articles ou t'as été lire la description et les notes des gens. C'est fou. Et quand il y a une offre sur ce produit t'es direct informé. Même si tu ne l'as pas commandé la dernière fois. Certains sites principalement français ou suisses offrent une livraison sous 24 ou 48h c'est pas mal ça parce que je n'aime pas attendre. J'aimerais bien que sur Internet on puisse voir plus les avis des personnes qui ont déjà commandé un article. Ça met déjà arriver de recevoir des chaussures qui étaient très différentes en réalité que sur les photos. Et aussi un service de retour de marchandise quand on n'est pas content.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Oui pourquoi pas. Moi je vais de moins en moins en magasin. On trouve tout sur Internet. Le problème c'est l'attente. Si par exemple j'ai besoin d'un nouveau pantalon pour demain, bien sûr que vais aller dans un magasin pour l'acheter. Mais quand ça ne presse pas je vais sur Internet. Je suis inscrit dans pas mal de site maintenant et je reçois des Mail régulièrement pour les nouveautés avant que je les vois en magasin. Quand je vais en ville et que je regarde par exemple les nouvelles collections d'habits, je sais que je certains articles je les ai déjà commandés.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Moi je fais parfois de grosses commande ça m'a jamais dérangé. C'est sur qu'il faut être sûr que c'est un site fiable. Mais sur les sites de marques je n'ai aucun problème à dépenser beaucoup. Après si c'est des sites en chine ou Asie en général il faut faire attention, on sait jamais ce qu'il se cache derrière, comme avec mes chaussures... Mais moi je commande régulièrement aux USA et j'ai rarement eu des réclamations à faire.

Donc sur les sites des marques il n'y a pas de soucis ?

Réponse : Non normalement pas.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : J'ai hésité une fois entre plusieurs montres d'une marque (Tissot) que j'avais vu sur leur site Internet. Mais je n'ai pas réussi à choisir alors j'ai été en boutique. J'en ai essayé plusieurs et j'ai acheté celle qui me plaisait le plus. Il y avait un vendeur avec moi qui me montrait les montres que je cherchais. C'est cool ça je lui décrivais plus ou moins la montre et il l'a connaissait et me l'amenait. En ligne, si on ne connaît pas les produits on doit chercher et chercher, c'est long et fatigant. Le vendeur savait exactement de quelle montre je parlais. Donc pouvoir parler avec un vendeur ce serait bien sur un site.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : J'ai déjà acheté des produits de luxe en ligne, ça ne me gêne pas.

C'était quoi comme produits ?

C'était surtout des habits. Et comme je connais la marque et la taille qu'il me faut ça va.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 10 :00
Lieu : Uni Mail

Âge : 27
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Parce que c'est plus simple et plus rapide. On trouve de tout et on peut le faire depuis chez soi. Pas besoin de se déplacer.

Mais tu dois attendre d'être livré.

Réponse : Oui, c'est sûr qu'il faut attendre la commande mais dans l'ensemble c'est plus pratique.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas. Peut-être de tout trouver facilement. Plus facilement que dans les magasins des fois. Quand le site est bien fait ça marche. Sinon il y a la barre de recherche. On n'est pas obligé de devoir trouver un vendeur et de lui demander. Surtout qu'ils sont occupés des fois et il faut attendre. On peut tout faire nous-même sur Internet.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Ça justement de pouvoir chercher et trouver facilement ce qu'on cherche. Qui pourrait encore plus me faciliter.. Je ne sais vraiment pas.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : C'est un peu gros de dire ça. Non je ne pense pas que ça remplacera un jour. Mais ça peut aider. Ça rajoute un moyen de faire des achats pour ceux qui n'aime pas aller en magasin ou qui habite loin. Ça peut être intéressant je pense aussi pour les dimanches où les soirs. Comme à Genève les magasins sont souvent fermés, c'est difficile pour ceux qui travaillent de faire du shopping.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Je ne pense que pas que ce soit uniquement pour les gros montants que les gens ont peur. C'est assez nouveau de faire du commerce en ligne. Même si ça se développe très rapidement, c'est des technologies qui peuvent ne pas attirer les personnes plus âgées qui n'ont pas l'habitude d'utiliser ces technologies.

Et pour les plus jeunes qui ont plus l'habitude d'utiliser Internet ?

Réponse : Je pense qu'il n'y a pas de soucis à se faire quand on commande en ligne. En tout cas moi je n'ai pas peur personnellement.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : De pouvoir commander la montre que je veux. Que le délai ne soit pas trop long. Qu'on puisse personnaliser aussi c'est important. Après je ne sais pas quoi d'autre.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : C'est bien. Ça leur offre plus de client peut-être. Sinon je ne sais pas quoi dire d'autre.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 12 :00
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : C'est plus rapide, plus simple et efficace.

Comment ça ?

Réponse : Rapide parce qu'on peut le faire depuis chez soi et il y a des rubriques qui nous permettent de naviguer facilement sur le site donc on n'est pas obligé de chercher dans le magasin et de tourner en rond. Simple à cause des rubriques aussi et efficace parce qu'on trouve de tout sur Internet. Je crois qu'on peut vraiment tout trouver en ligne.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Qu'ils soient bien organisés. Pas besoin de passer 3h sur le site pour trouver ce qu'on cherche. Il faut aussi des livraisons rapides. Quand on doit attendre des fois plusieurs semaines pour recevoir le produit c'est embêtant. Et qu'ils soient agréables, pas que tout soit en vrac dans le site et qu'on ne s'y retrouve pas. J'attends aussi qu'il y ait des choses qu'on ne trouve pas forcément en magasin, sinon on irait acheter en boutique et on n'a pas besoin d'attendre la livraison. Pour les marques c'est difficile mais pouvoir précommander des produits pas encore sortis serait pas mal.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Les prochaines collections comme j'ai dit. J'aime bien aussi quand il y a des avis de précédents acheteurs. Ils disent ce qu'ils ont aimé dans le produit, s'il y a eu des problèmes à la livraison ou si le produit n'est pas conforme. Ça rassure certains achats et ça permet de voir ce qui nous attend.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Pourquoi pas. Moi je me rends compte que je fais de plus en plus d'achat en ligne. En moyenne 3 fois par mois. Ça permet de faire ses achats tranquilles à la maison sans être dans une foule. Mais je ne pense pas que ça remplacera les magasins. Par exemple, pour certains habits comme des chaînes c'est mieux d'essayer avant. Après il y a des différences. Si on prend les agences de voyages par exemple, il y en aura bientôt plus je pense. C'est plutôt les personnes âgées qui y vont, qui préfèrent payer un peu plus cher mais qui n'ont rien besoin de faire. Les jeunes aiment bien comparer avec tous les sites qui existent aujourd'hui de réservation d'hôtels et de vols. Ils n'iront jamais dans une agence.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non. En tout cas en Suisse c'est sécurisé. Surtout pour les entreprises qui vendent aussi par Internet, elles ont intérêt à bien faire attention à ce genre de détail. Ça pourrait dégrader leur image si les données privée de clients de feraient pirater sur Internet. C'est la même chose que de payer par carte en magasin.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Oulaaaa l'horlogerie c'est particulier. Certaines marques le font, je le sais. C'est parce que ça attire leurs clients. Acheter en ligne je ne sais pas si c'est bien pour toutes les marques. Avoir une présentation des produits et de l'entreprise oui, bien sûr. Mais pouvoir commander c'est délicat, je ne sais pas si ça marcherait vraiment. Je pense que si les marques pensaient qu'il ait du potentiel à vendre en ligne, elles l'auraient déjà fait.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je pense que ça n'attirerait pas de nouveau client. Le luxe est un univers aussi de service. Ce n'est pas juste vendre un produit de qualité. Il y a l'écoute, le conseil, la prise en charge du client. Ce n'est pas possible de faire tout ça sur Internet ou alors il faut écrire un mail, attendre la réponse. Mais même là c'est difficile à cerner la demande du client qui est très exigeant quand on parle du luxe. Comme pour l'horlogerie, je dirai que si les marques avaient voulu le faire, elles l'auraient déjà fait.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11 :05
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
- Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Je fais des achats en ligne quand je suis chez moi, je trouve très pratique pour regarder les nouveautés, surtout les habits. Lorsque je vais en magasin c'est pour acheter quelque chose de précis, j'ai déjà une idée en tête de ce que je vais acheter. En ligne, je regarde ce qu'il y a et je commande ce qui me plaît, quand j'ai l'argent. J'aime bien naviguer sur les applications de vente parce qu'ils proposent toute sorte de choses. Je peux commander en même temps des accessoires pour le téléphone et des habits sur le même site.

Du coup tu vas plutôt sur des sites généralistes ?

Réponse : Oui, je me rends le plus souvent sur des sites généralistes car je n'ai pas besoin de changer de site pour commander plusieurs articles et les prix sont souvent avantageux. Je m'y rends environ toutes les deux semaines pour découvrir les nouveautés.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Le choix des articles est très important. Comme j'ai dit avant un des avantages c'est que je peux acheter différents types d'articles sur le même site. Après, il faut aussi que le site soit adapté à l'outil utilisé. Je me rends souvent sur ces sites avec mon smartphones mais aussi avec mon iPad ou ordinateur. Ça n'arrive que les sites ne soient pas adaptés, pas assez fluide. Il faut aussi qu'il soit clair, détaillé. On peut s'y perdre et ne pas trouver l'article qu'on cherche tout de suite, ça prend un moment. Donc avoir des onglets pour catégoriser les produits et une barre de recherche c'est important. Certains sites m'envoient un mail lorsqu'une nouveauté d'un article que j'ai déjà acheté est sorti. Ça me tient informé. Et puis un délai de livraison pas trop long c'est toujours mieux.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Le service de mail pour les nouveautés est bien. Des recommandations en fonction de ce qu'on a déjà acheté aussi. C'est impressionnant de voir comment on est traqué par ses sites, mais au moins on nous propose tout de suite des produits qui peuvent nous intéresser. Ce qui serait bien c'est un système de réalité augmentée (comme pour certains sites de lunette) où on peut voir avec la caméra de notre ordi le produit sur nous.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non je ne pense pas. Comme j'ai dit avant, quand j'ai quelque chose de précis à acheter je vais en magasin. Ou quand j'ai besoin de conseil. Au début de l'uni j'ai acheté un ordinateur portable. Je ne m'y connais absolument pas et j'ai demandé conseil à un vendeur de MediaMarkt pour m'aider à choisir. Donc non, je ne pense pas que ça puisse remplacer les magasins. Sinon, on n'aurait plus rien à faire en vieille ville à Genève.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Je ne fais jamais de grosses dépenses sur Internet. Déjà parce que je n'ai pas un énorme salaire et si je veux acheter quelque chose de cher, j'aime bien comparer. Comme mes lunettes de soleil, j'aurais pu me les commander sur Internet mais je suis allé dans un magasin pour en essayer plusieurs, demander les verres que je voulais etc. C'est difficile de faire tout ça sur Internet. Sur certains sites, on peut payer par bulletin de versement il me semble donc on n'est pas obligé de donner son numéro de carte. Moi je paye toujours par carte parce que c'est plus simple et le but du commerce en ligne c'est justement de ne pas avoir à se déplacer.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Oulaaaa. C'est difficile à dire, je n'ai jamais acheté de montre par Internet. Ça dépend. Pour une montre comme Swatch pas grand-chose. Mais je ne sais pas si les clients de Patek ou Rolex seraient prêts à acheter par Internet. Ce sont des achats différents. Mais je pense qu'il faudrait que le site soit adapté à l'entreprise. Avec les détails et caractéristiques des montres.

Et avec des technologies ?

Réponse : Comme pour les lunettes, un service de réalité augmentée pourrait être pas mal où on verrait la montre au poignet. Ils pourraient indiquer les boutiques les plus proches avec le service de localisation qu'on trouve partout maintenant. Le chat aussi pourrait être bien pour conseiller les clients.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je pense que c'est bien Ça ouvre des portes. Je ne sais pas comment se porte l'industrie du luxe aujourd'hui mais ça peut être une bonne chose. Ça permet de découvrir ce monde sans aller en boutique où on se sent parfois mal à l'aise. Pour moi, la vente par Internet est adaptée à toutes les entreprises.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 12 :15
Lieu : Uni Mail

Âge : 28
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Pour pouvoir faire mes achats depuis chez moi. Trouver des articles moins chers qu'en magasins et parce qu'on trouve de tout sur Internet. Il y a pleins d'avantages à acheter via Internet.

Comme quoi ?

Réponse : Bah ça justement de pouvoir trouver des choses qu'il y a pas dans les magasins, de pouvoir le faire depuis chez soi, de comparer etc.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des produits en tout genre. Comme pour les magasins il faut de déplacer de boutiques en boutiques pour trouver différents produits. Sur internet c'est bien aussi si on trouve tout sur le même site. Ça facilite beaucoup les achats. Et bien sur des prix plus bas qu'en magasin.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : De pouvoir comparer les prix des produits dans différents endroits. Ce n'est pas les même prix partout et c'est même parfois moins cher d'acheter à l'étranger. Ça on ne le sait pas quand on est dans un magasin. Le vendeur va pas nous dire "non achetez pas ici, c'est moins cher dans le magasin d'à côté". C'est plus neutre sur Internet.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : C'est normal. Aujourd'hui Internet tout le monde l'a. Ça aide pour beaucoup de chose. On peut maintenant tout faire en ligne. Et les gens aiment les nouveautés. Quand un magasin dit qu'on peut commander en ligne, les gens vont essayer et vont certainement aimer. Mais je pense que ça ne remplacera jamais complètement les magasins physiques. Ça peut faire diminuer leurs ventes peut-être mais jamais complètement remplacer.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous-est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non les sites en ligne font attention avec ça. C'est vrai que le risque zéro existe pas surtout en sécurité informatique. Mais c'est comme de faire ses paiements par Internet ou de communiquer d'autres informations comme son e-mail. On peut toujours se faire pirater ce n'est pas ça qui nous arrête. Même si les informations qui touchent l'argent des gens sont sensibles ce n'est pas les seuls alors que d'autres données on les communique facilement.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Je ne sais pas

Par exemple certaines personnes ont parlé de vidéos qui leur expliqueraient les montres ou ce genre de chose.

Réponse : Oui, des vidéos. Qui expliqueraient la montre et comment elle est fabriquée. Sinon je ne vois pas vraiment.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Je ne sais pas non plus. C'est bien. Ça montre qu'elles évoluent avec leur temps.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 11 :00
Lieu : Uni Mail

Âge : 29
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Quand il y a des offres intéressantes ou des choses que je ne trouve pas en magasin.

Tu reçois souvent des offres comme ça ?

Oui je reçois souvent des offres par mail alors je me rends sur le site pour aller voir de quoi il s'agit. Et puis j'aime bien, Sur des sites de marques on trouve tout ce qu'ils proposent (tous les articles) c'est plus simple que d'aller les chercher en magasin.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Le choix des articles. J'aime avoir une vue d'ensemble de ce que la marque propose et ensuite fouiller pour trouver ce que je cherche. On. Trouve vraiment de tout sur Internet et c'est tellement simple. Y a qu'à taper dans la barre de recherche du site et on a tout ce qui correspond directement devant nos yeux.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : J'aime le fait qu'ils nous tiennent informés des nouveautés soit par mail soit avec un service de notification sur les téléphones. Mais le problème avec le commerce en ligne c'est qu'on est traqués. Comme on doit donner toutes nos informations, ils savent ce qu'on a acheté ou et quand et donc ils viennent nous appâter avec des produits qu'ils savent qu'on va aimer. Et forcément ça donne envie.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non Bien sûr que non. Les gens aiment trop faire les magasins. Et puis qui nous aiderait à nous décider où nous conseilleraient ?

Il pourrait y avoir un chat avec un conseiller ?

Le service de chat je n'y crois pas trop. On ne sait pas qui est derrière l'écran. Ça peut être une bonne chose, un plus pour les entreprises. Mais je le vois plus comme un service de réponse à des questions que le client peut avoir que comme du conseil vraiment. C'est plus pour demander des informations que pour conseiller je pense.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Moi je ne fait pas de gros achats sur Internet. Ça m'est arrivé une fois où j'ai fait une grosse commande de produits de beauté et appareil en tout genre pour moi et ma sœur. Mais je préfère acheter en boutique. C'est plus simple et on est plus tranquille d'esprit. J'ai des amis à qui ça ne dérange pas mais moi je ne préfère pas. Même sur des sites de marques connue ou je suis sûr de ce que je vais acheter je vais en magasin.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Des rabais !!! Les montres coûtent chers.

Je ne sais pas si c'est possible. Surtout pour les montres chères.

Oui ça dépend de l'entreprise. Si on est dans du bas de gamme je dirais un site basique avec les produits et voilà. Après si on va plutôt dans le haut de gamme il faudrait peut être un service de chat comme on a parlé avant. Ou d'autres services adaptés à la clientèle

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Ça ne me choque pas. Heureusement d'ailleurs, le commerce en ligne est accessible à toutes les entreprises. Il y a des marques américaines ou européennes qu'on ne trouve pas en Suisse, ce n'est pas forcément du luxe mais assez prestigieux et je suis bien contente de les trouver sur Internet.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 10 :30
Lieu : Uni Mail

Âge : 26
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Parce que ça permet de pas de déplacer. Et de trouver des choses qu'on ne trouve pas forcément en magasin.

Autre chose ?

Réponse : Ça permet aussi de commander à des marques qu'il n'y a pas en Suisse.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Une bonne ergonomie. Pour inciter les gens à vraiment le parcourir. J'attends d'être surprise par ce qu'ils ne proposent pas simplement des produits banals mais aussi des choses qu'on ne voit pas tous les jours. J'aime bien aussi qu'il y ait pleins de produits différents.

Donc tu vas sur des sites plutôt généralistes ?

Réponse : Oui, voilà.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez-vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Des services ? Je ne sais pas. Ce qui est bien des fois c'est qu'on peut suivre la commande à chaque étape. Si par exemple elle part de l'étranger, on peut la suivre à la trace pour savoir où elle est. Sinon je ne sais pas quoi d'autre.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non quand même pas. Les magasins on y va quand même régulièrement. Tout ne peut pas se vendre par Internet. Et si on a besoin de quelque chose qui est pressant, on n'a pas le temps d'attendre le temps de livraison. Donc je pense que le commerce en ligne ne remplacera jamais totalement les magasins.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Oui je comprends. Moi j'ai des fois pas confiance en certains sites où je vais. Mais quand il y a les avis des gens qui ont déjà commandé ça rassure.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Là je n'aurai pas peur de commander. Parce que déjà ce sont les sites de marques elles-mêmes et que l'horlogerie c'est assez sûr. Je ne sais pas comment expliquer. Mais j'attendrais que le site soit propre à la marque et un peu ludique. Où on peut apprendre des choses sur les montres. Et aussi qu'on puisse personnaliser sa montre.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : De personnaliser. Je pense que le luxe aujourd'hui c'est d'avoir des objets uniques. Et par internet on peut facilement personnaliser ce qu'on achète. Mais les entreprises de luxe ont un univers bien à elles et des fois la vente en ligne ne correspond pas à leur univers.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 15:45
Lieu : Carouge

Âge : 31
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Principalement pour gagner du temps. Pour pouvoir le faire depuis chez moi ou n'importe où. Ensuite on trouve des choses qu'on ne trouve pas forcément dans les magasins. Surtout quand on va sur des sites où ils ont des produits étrangers.

Et c'est souvent moins chers quand c'est étranger non ?

Réponse : Oui, souvent ça vient de l'Asie et c'est moins cher. Les prix je regarde moins.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des délais de livraisons courts. Parce que la différence quand on achète en ligne que quand on achète en magasin c'est l'attente pour recevoir le produit. C'est le gros point négatif. Même quand on commande à l'étranger maintenant les délais sont assez raisonnables. En environ une semaine on reçoit ce qu'on a commandé.

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Bah ça la livraison rapide. Beaucoup d'entreprises de vente en ligne jouent là-dessus dans leurs publicités. Je pense qu'ils ont compris que c'était un point important pour les clients. Une chose qui pourrait être pas mal aussi c'est de faire une boutique en ligne. Pas comme ça existe maintenant mais vraiment se croire dans un magasin et pouvoir se déplacer dans les rayons, s'arrêter et sélectionner un article à regarder. Comme si on y était vraiment.

Donc se serait avec la réalité virtuelle ? Comme si on avait un casque et qu'on se promenait dans les boutiques ?

Réponse : Oui voilà. Comme Google street. Ou on avance dans les rues des villes mais là se serait dans un magasin.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non quand même pas. Je pense plus que c'est des compléments. Les magasins seront toujours plus appréciés par les clients. Maintenant, pour ceux qui n'ont pas le temps d'y aller, qui veulent faire du shopping le soir ou le dimanche, vu que le dimanche tout est fermé à Genève, il reste le commerce en ligne. Après je pense aussi que en ligne on achète plutôt ce qu'on ne trouve pas dans les boutiques genevoises.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-t'il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non. On paye généralement en magasin les gros montant comme en ligne : avec la carte de crédit. C'est la même chose. Non ça ne m'est jamais arrivé alors que j'ai déjà commandé plusieurs centaines de francs sur une commande.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Bah comme je disais avant de pouvoir se balader dans les boutiques comme si on y était. Suivants ou on habite c'est compliqué d'aller dans un magasin qui vend des montres de marque. A Genève on a de la chance parce qu'on est dans l'industrie horlogère vraiment. Le seul souci c'est de ne pas pouvoir essayer les produits. Mais comme partout.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Oui pourquoi pas. Mais comme pour les montres, il y a tout ce qui va autour qui ne peut pas être fait en ligne comme le conseil ou les autres services. Oui, si on peut trouver un moyen de le faire pourquoi pas. Internet est de toute façon libre et tout le monde peut y aller et créer un site.

Questionnaire travail de Bachelor**« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »**

L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le commerce en ligne est réellement bénéfique aux entreprises horlogères. Par le biais de ce questionnaire, je vais tenter de définir si ce canal est attractif pour les utilisateurs et si les entreprises devraient investir dans le e-commerce afin de relancer leur industrie.

Heure : 16:10
Lieu : Carouge

Âge : 27
Nationalité : Suisse

Questionnaire**Effectuez-vous des achats en ligne ?**

- Oui
 Non

Pour quelles raisons privilégiez-vous le commerce en ligne plutôt que les achats en boutique ?

Réponse : Je ne sais pas si je privilégie vraiment les achats en ligne. Je préfère quand même aller dans les magasins pour pouvoir essayer et toucher ce que j'achète.

Donc tu ne vas pas souvent faire des achats en ligne?

Je vais surtout sur les boutiques en ligne quand j'ai du temps et par curiosité. Pour trouver quelque chose que je ne pourrais pas trouver en magasin. Ça facilite aussi les achats à l'étranger de produits qu'on ne trouve pas à Genève. Souvent quand on fait les boutiques il faut changer de magasins pour trouver différents produits. En ligne c'est plus rapide on peut naviguer facilement d'un site à l'autre ou même des fois on trouve des sites où il y a plusieurs marque dessus. C'est encore mieux.

Qu'attendez-vous des plateformes de commerce en ligne ?

Réponse : Des choses qu'on ne trouve pas forcément en magasin. Des objets difficiles à trouver. Il faut aussi les informations complètes des articles qu'on voit. Comme par exemple sur les produits électroniques ou les habits. Et que ce soit simple et pratique

Quels services avez-vous aimé ou aimeriez vous retrouver sur une plateforme de commerce en ligne ?

Réponse : Une diversité de produits et des exclusivités. J'ai déjà vu aussi des petites vidéos de mise en scène des produits. Voir comment ils marchent et comment les utiliser. Il y a maintenant souvent des personnalisations qui sont possible. C'est intéressant ça aussi si on veut des objets uniques, ou pour faire des cadeaux.

On observe depuis plusieurs années un accroissement des utilisateurs de commerce en ligne. Pensez-vous que ces plateformes peuvent un jour remplacer les magasins physiques ? Pourquoi ?

Réponse : Non je ne pense pas. Moi, même si je vais souvent en ligne, je préfère aller dans les boutiques. Déjà ça me fait marcher, faire une balade et je pense que c'est plus agréable de regarder, pouvoir toucher et acheter un produit pour l'avoir directement.

Les sites de commerce en ligne freinent souvent certains achats car les utilisateurs ont peur de communiquer leurs informations bancaires, surtout pour de gros montants. Cela vous est-il déjà arrivé ? Qu'en pensez-vous ?

Réponse : Non. C'est assez sécurisé. Surtout sur les sites des marques officielles. Après c'est sur il faut faire attention si on s'inscrit sur un site étranger par exemple chinois ou sud américains. Mais en Suisse il y a vraiment aucun risque je pense.

Qu'attendez-vous d'un site de commerce en ligne d'une entreprise horlogère ?

Réponse : Je ne me vois pas acheter de montre en ligne. C'est vraiment un achat où il faut pouvoir essayer et avoir des informations sur le produit. Mais si je devais le faire se serait d'avoir les informations détaillées. Mais c'est important d'essayer je pense surtout pour les montres.

Que pensez-vous des entreprises actives dans le domaine du luxe qui offrent un service de commerce en ligne ?

Réponse : Rien. Je pense que c'est normal. Je ne vois pas pourquoi les entreprises luxueuses ne pourraient pas vendre en ligne. C'est des boutiques comme les autres qui vendent des produits. Pour moi le fait que les produits soient plus chers ne veut pas dire qu'ils ne peuvent pas vendre en ligne.

Annexe 4 : Retranscription Focus Group



Gregory Minetto

Questionnaire travail de Bachelor

« Les sites de commerce en ligne sont-ils bénéfiques pour les entreprises horlogères ? »

Bonjour à tous, merci d'être présent à cette petite réunion qui est très importante pour mon travail de Bachelor. Donc pour résumer, je suis en troisième année à la HEG et doit effectuer un travail de Bachelor d'une trentaine de pages environ. Comme je me suis spécialisé en marketing, j'ai décidé de faire mon travail en rapport avec le marketing. Mon travail porte sur le commerce en ligne et l'horlogerie et j'essaie de déterminer si le commerce en ligne est bénéfique aux entreprises horlogères. Pour cela, j'ai fait plusieurs enquêtes et je voulais réunir un petit groupe de personnes pour parler des résultats que j'ai obtenus. Ça pourrait m'aider dans la formulation de mes résultats d'avoir l'avis d'utilisateurs de commerce en ligne comme vous sur les conclusions que j'ai tirées de mes premières enquêtes. Mon étude c'est effectuée en trois temps. La réunion d'aujourd'hui représente la troisième phase de mon analyse. D'abord, j'ai créé un petit questionnaire de type quantitatif. Un questionnaire quantitatif c'est un questionnaire où les réponses sont proposées et où il suffit de cocher celle qui nous correspond le mieux. L'objectif de ce questionnaire était de déterminer qui utilise le plus le commerce en ligne. La conclusion de ce questionnaire était que les personnes âgées entre 26 et 35 ans sont ceux qui font le plus d'achat en ligne. Est-ce que cela vous paraît correct ? Qu'est-ce que vous en pensez ?

Alors moi ça me paraît juste. C'est la tranche d'âge qui à fini les études, qui a un travail, qui commence à vivre sa vie. La plupart du temps on commence à avoir des enfants, à fonder une famille à cet âge et parfois on est trop fatigué pour vouloir aller en ville.

D'accord. Parce qu'en fait il y a deux catégories d'âges entre lesquelles j'hésitais. Les 16-25 ans et les 26-35 justement. Ils ont donnés des réponses très similaires. (Je leur montre mon tableau comparatif qui est dans mon travail). Vous voyez, on voit que les plus 26-35 ans dépensent plus et seraient plus prêt à acheter une montre en ligne.

Bon moi je ne fait pas partie des XX% qui sont prêts à acheter une montre en ligne. Mais oui vu les réponses que t'as obtenues je pense que la tranche d'âge que t'as choisi est bien. Mais il manque peut-être là fréquences achats en ligne. S'ils en font 1x par mois, 2 ou 3 fois par exemple.

Alors ca j'avais posé la question dans mon questionnaire mais je l'ai pas mise la parce que comme mon travail porte sur l'horlogerie, je me suis dit qu'on ne commande pas trois montres par mois tu vois.

Oui je vois. Alors non je pense que ceux qui ont environ 30 ans sont bien pour ton enquête.

Les autres, ça vous paraît juste aussi la tranche d'âge que j'ai choisi ? En vous basant sur ce que vous pensez et en regardant le tableau ici ?

Gregory Minetto

Oui je pense que les réponses que t'as obtenues représentent bien la réalité et c'était une Bonne idée de faire un tableau si t'hésitait entre deux tranche d'âge.

Oui moi, qui suis dans cette tranche d'âge, je fais plus d'achat en ligne que la petite sœur qui a 18 ans. Après je pense que presque tout le monde fait des achats en ligne.

Oui, mais je cherchais vraiment à savoir qui en faisait le plus pour la deuxième partie de mon enquête. Je vais vous en parler juste après.

Oui pareil, tout le monde fait des achats en ligne mais comme ceux qui travaillent ont plus de moyens ils ont plus tendance à en faire. Même si à Genève on a tout ce qu'on veut, acheter en ligne aide parfois. Si t'as fait ça pour savoir qui achète des montres en ligne moi j'aurais dit que c'était peut être une tranche au dessus environ 40 ans.

Pourquoi tu pense ca ?

Je ne sais pas. Mais comme les montres sont assez chères et que généralement on atteint l'apogée de la carrière vers 45-50 ans je pensais que se serait eux.

Ah je ne suis pas sur. Au contraire, les personnes de plus de 40 ans ont moins l'habitude d'acheter sur Internet. Ils sont plus traditionnels et vont en magasins pour ce genre d'achat. C'est encore grâce à eux qu'il y a des agences de voyages ou des choses comme ça.

Oui mais un jeune de 30 ans je le vois pas acheter une montre de marque internationale sur Internet je ne sais pas. Comme ça représente une grosse partie de son salaire suivant son salaire et le prix de la montre. Si t'as économisé un an pour t'acheter une montre tu ne vas pas aller en ligne pour l'acheter. Tu vas dans un magasin.

Oui.

Cool. Maintenant je vais vous expliquer pourquoi j'ai fait ce premier questionnaire. En fait c'était pour avoir un profil-type à interviewer pour la deuxième phase de mon enquête. Et c'est de ca surtout que j'aimerais qu'on parle aujourd'hui. Ce deuxième questionnaire était qualitatif. Ca veut dire que je posais des questions ouvertes aux gens et je récoltais leurs réponses. Donc chaque réponse est différente, ou presque. J'interrogeais donc les gens de 26-35 ans qui font du commerce en ligne pour avoir plus d'informations sur ce qu'ils pensent de cette façon d'acheter et tirer des conclusions par rapport au commerce en ligne en générale et ce qui pourrait se faire pour l'horlogerie. Donc j'aimerais qu'on parle un peu des conclusions que j'ai faite de cette enquête. Tout d'abord, on sait tous qu'on peut trouver les montres des marques dans leurs boutiques officiels ou chez des revendeurs. Il y en a plein à Genève et je voulais voir si le commerce en ligne aurait un impact important sur les ventes des magasins et si c'était ca qui freinait les marques d'investir dans le commerce en ligne. Mais environ 90% des gens m'ont dit que les sites de vente en ligne ne remplacerai jamais les sites en ligne. Vous en pensez quoi vous ?

C'est vrai ça peut pas remplacer les magasins. Regarde quand tu vas en ville les samedis il y a toujours du monde. Même si les gens savent que le commerce en ligne existe, ils continuent de faire du shopping. Tu imagine acheter tout par Internet ? C'est la fin des relations sociales, des conseillers de ventes, ça ferait perdre des emplois et tout. C'est sur que avant quand il y avait que les magasins on pouvait acheter que comme ca. Mais maintenant on a le choix c'est vrai que peut être que les magasins ont une baisse du chiffre d'affaire mais il sera jamais de zéro. En plus maintenant on peut aller en ville chasser les Pokémon ca c'est moins intéressant chez soit.

Oui je suis d'accord avec toi. Pas pour les Pokémon. Mais on va sur Internet pour gagner du temps, c'est plus pratique parfois. Ou quand il pleut ce genre de chose. Mais en magasin c'est bien de pouvoir prendre plusieurs articles et d'aller tous les essayer. Et on les a tout de suite. Moi j'aime bien m'acheter une tenue quand j'ai une soirée le soir. Je ne veux pas prévoir deux semaines à l'avance que j'aurai une soirée le vendredi dans deux semaines et choisir ma tenue et l'attendre. Surtout que ce n'est pas sûr qu'elle me plaise finalement ou si ce n'est pas à ma taille et tout. Après il y a des magasins qu'on est obligé d'avoir comme l'Apple Store où on peut faire réparer les objets, Swisscom pour faire un abonnement ou Fust pour l'électroménager. Ca on peut difficilement le faire en ligne.

Moi je pense que ça peut représenter un risque pour les magasins, oui. Remplacer complètement je ne sais pas. Mais je ne sais pas si beaucoup de montres se vendent par jour. Ce n'est pas comme des habits ou les magasins sont presque tout le temps remplis. Moi ça me gêne desfois d'aller dans des magasins vide. Ou les vendeurs regarde tout ce que tu fais et tout. Si tu vas sur un site, personne ne te regarde.

Si, il y a des logiciels qui font que t'es suivie, ils peuvent voir tout ce que tu regarde, là où tu clic et tout. C'est pareil.

Non, tu ne te sens pas observée. Dans les magasins de montre comme à la gare il n'y a pas souvent du monde.

Justement comme ça tu peux demander tout ce que tu veux. Moi je suis d'accord avec le fait que ça ne peut pas remplacer. Parce que les montres elles ont parfois pleins de fonctions. Comme les montres qui on quatre aiguilles. Elle sert à quoi la quatrième ?

Ca peut être pour les fuseaux horaires ou le chronomètre.

Justement moi je ne sais pas ca. Donc il faut pouvoir demander. Et comment la régler ? Même avec le mode d'emploi que tu reçois avec c'est bien d'avoir vu un vendeur le faire avant pour être sur. Donc je pense que le commerce en ligne est bien pour ceux qui en ont besoin mais que les gens qui peuvent faire les magasins le feront encore. C'est comme les livres électroniques. Tout le monde pensait que se serait la fin des livres classiques mais non. Les gens ont le choix et il y en aura toujours qui préféreront garder leurs habitudes. C'est comme le commerce en ligne. Les gens aime toucher leurs livre, sentir l'odeur et les livre électronique peuvent pas faire ca. Pour le commerce c'est pareil.

Oui. Les magasins verront peut être leur chiffre d'affaire baisser si les marques ouvrent un commerce en ligne. Mais ça leur ouvre des portes. Peut être que le chiffre d'affaire global augmentera. Par exemple si une marque ne vendait que dans ses boutiques officielles et qu'elle décide un jour de vendre par un multimarque ou un autre magasin spécialisé dans l'horlogerie vous croyez pas que c'est pareil ? Ou tout simplement si la marque ouvre un nouveau magasin. Ça gratte des clients aux magasins qui existaient avant. C'est pour les détaillants que ça peut être dangereux. Dans le sens où si les marques vendent par eux et par Internet leurs produits, ils seront impactés. Parce que au final pour une marque vendre par Internet et en magasin ça revient au même. C'est le même prix pour la montre je pense.

Oui mais là on parle d'une nouvelle façon de faire les achats. Ce n'est pas un magasin comme il en existe beaucoup. C'est avoir un autre moyen d'acheter. Si tu ouvre un nouveau magasin généralement c'est que tu veux couvrir une nouvelle région où de nouveaux clients. Là le commerce en ligne c'est pour tout le monde.

Mais non le commerce en ligne c'est pareil. Ceux qui peuvent aller en boutique le font alors que les personnes qui habitent par exemple à la campagne ou très loin de magasins spécifiques ils peuvent acheter en ligne. Ça leur permet d'accéder aux montres qu'ils n'ont pas vers chez eux. Alors que ceux qui sont à Genève il peuvent toujours aller en ville. Peu importe où t'habite à Genève en 30 minutes maximum avec les TPG t'es au lac. Je pense que les magasins seront toujours préférés par les genevois des sites en ligne pour ce qu'on trouve à Genève.

Bon après si tu connais la montre que tu veux, que t'es sûr que c'est celle là que tu veux tu peux la commander en ligne. Surtout que le temps d'attente si tu commande sur Genève il n'est pas très long. En quelques jours t'as ta montre.

Donc en gros vous ne pensez pas que le commerce en ligne nuirait beaucoup aux magasins des marques ou aux revendeurs ?

Moi je pense que si. Surtout aux revendeurs ou détaillants officiels. Ça peut faire perdre des emplois aussi si il y a beaucoup moins de ventes.

Moi je pense que ça les impactera pas trop. Enfin pour les marques non parce que ça changera pas leurs chiffres de ventes. Après pour les autres magasins qui vendent les montres des marques je ne sais pas.

Moi non plus.

Je sais pas.. Les détaillants ils peuvent vendre sur leurs sites Internet aussi. Comme ça ça réuni toutes les marques que le détaillant vend et tu peux choisir parmi tout ce qu'il a. T'es pas obligé d'aller sur les sites de toutes les marques pour voir leurs modèles. T'as tout au même endroit.

Au final tout le monde vend sur Internet et les magasins auront beaucoup moins de ventes. Et quand tu veux acheter une montre normalement t'as déjà une idée de ce que tu veux.

Moi je pense que non.

Je pense que oui ça peut impacter beaucoup surtout pour les emplois parce que les salaires c'est quand même des charges et si on peut plus les payer parce qu'on ne vend pas assez en magasin ils vont virer les gens.

Oui mais si le chiffre d'affaire est quand même là et bouge pas. Limite il augmente mais d'une autre façon avec le commerce en ligne. On peut continuer à payer les gens.

Et les gens qui viendront en magasins c'est ceux qui ont vraiment besoin de poser des questions et les vendeurs pourront passer plus de temps avec eux parce qu'il y aura moins de clients à s'occuper.

Si j'ai bien compris, selon votre situation, vous choisiriez plutôt de commander en ligne ou d'aller en magasin ? Et ce qui vous fait plutôt choisir c'est les informations que vous avez ?

Moi personnellement le jour où je me fais plaisir et que j'achète une montre de marque je vais en magasin. Je préfère.

Moi oui suivant la situation, les informations que j'ai. Après je vais aussi en ligne pour commander depuis l'étranger donc si il y a des magasins à Genève qui a ce que je cherche, je vais aller là-bas.

Très bien. Quelque chose à rajouter ? Non. Alors on va passer à la deuxième conclusion de mon enquête quali. Je vous rassure il y en a trois. J'aimerais maintenant qu'on parle des services qui sont proposés sur les sites de commerce en ligne. Vous avez déjà mentionné un peu avant que les conseils des vendeurs étaient pas possible et tout. Quel type de service vous inciterait à acheter une montre en ligne ? Et quels services doivent être pour vous sur un site de commerce en ligne pour des montres ?

Mais il n'y a pas de services en ligne. Enfin pour moi le plus important comme j'ai dit avant c'est de pouvoir poser mes questions. Je veux pas le faire par mail et attendre je ne sais pas combien de temps pour avoir les réponses.

Et avec un service de chat ? J'ai plusieurs personnes qui m'en ont parlé pendant mes questionnaires.

Oui mais même si c'est direct. Ce n'est clairement pas pareil. Il ne peut pas nous montrer comment marche la montre. Et c'est moins poussé au niveau de la personnalisation du service. Si une personne est derrière son ordinateur à répondre à 30 personnes en même temps se sera différent. En magasin le vendeur est là pour un client à la fois et il prend vraiment le temps répondre au client, de lui montrer et tout.

Moi au contraire j'aime bien l'idée du chat. Si t'y connais rien n'en montre bien sûr que tu vas poser tes questions en magasin. Mais si tu t'es renseignée un peu avant et que t'as juste des petites questions sur une montre spécifique le chat peut être très intéressant. T'as un professionnel qui répond à tes questions en quelques secondes.

Ou alors tu peux, avec le chat ou un service de Calendrier tu peux prendre rendez-vous. Vu qu'il y a que quelques vendeurs qui prennent du temps avec chaque personne il suffit que t'arrive après deux ou trois personnes et ils sont débordés et toi tu dois attendre. Faire comme avec Apple ou tu prends rendez-vous avec un conseiller. Comme ca t'arrive, t'as ton rendez-vous et tu peux poser les questions que tu veux sans attendre.

Oui j'ai vu certaines marques dans d'autres pays tu peux faire ca. Il y a aussi par exemple si tu veux plus d'informations pour un modèle en particulier tu peux demander un fascicule à la maison où t'as encore plus d'informations.

Oui mais ca reviens au même. Tu dois attendre. Va en magasin. Pose tes questions et basta. C'est plus simple, plus rapide et pas besoin d'attendre ton rendez-vous dans deux semaines. Tu te pointes tu vas vers en vendeurs et si ils sont tous pris t'attends 10 minutes.

Il y a quoi comme services qui on été beaucoup mentionnés ?

Alors mon questionnaire il n'était pas que pour l'horlogerie mais la rapidité du site et de la livraison. Ensuite le mailing qui te propose des offres en fonction de ce que t'as déjà commandé ou regardé, de pouvoir comparer les prix, un suivi des commande et retour gratuit. Après il y a tout ce qui est lié à la technologie mais je voulais vous en parlé juste après.

Ce sont tous des services qui sont pas mal mais pour l'horlogerie il y a souvent de l'attente et comme beaucoup est fait ici, je ne suis pas sûre que le suivi des commandes soit essentiel. Comparer les prix non plus surtout sur un site de la marque. Le prix est affiché et ca m'étonnerait qu'on trouve la montre moins chère chez le détaillant.

C'est plus ou moins tout ce qu'on peut trouver sur une boutique online. Mais à part les services qu'on peut trouver je pense qu'en général les gens qui achètent des montres en ligne se sont renseignés avant soit en boutique ou sur Internet. Du coup s'ils vont demander des infos en magasins pourquoi acheter sur Internet ?

Peut être qu'ils n'ont pas le temps d'aller en magasin et que quand ils ont demandé les infos ils n'étaient pas sûrs d'acheter où ils hésitaient encore.

Oui mais pour un achat important comme ca c'est mieux d'acheter en magasin. Une montre tu vas la garder beaucoup d'années et t'imagines quand tu la reçois à la maison elle te plaît pas ? C'est difficile de la rendre après.

Moi, si je peux dire ce que je pense, c'est important que le site ait les services des magasins. Par exemple une Swatch on n'a pas besoin d'avoir de chat. Les montres sont simples et les informations sont souvent complètes. Après pour les marques ou les montres sont plus sophistiquées, on peut imaginer ce genre de service mais comme t'as dit si la montre voyage pas beaucoup on a pas besoin d'un suivi de la commande. Mais certaines entreprises font les montres en fonction de la commande.

Comment ca ?

Elles produisent que sur commande. Donc s'il n'y a pas de commande, elles ne produisent pas. Du coup la se serait bien d'avoir un suivi mais de la fabrication pas de la livraison.

T'imagines le temps que ca prendrait pour l'entreprise ? Il faut dire chaque pièce quand elle est fabriquée et montée sur la montre ? Ca demanderait beaucoup de travail pour eux. Et je ne suis pas sûr que ca intéresse vraiment les clients surtout qu'il va voir des pièces qu'il ne sait même pas ce que c'est. Ca l'embrouillerait encore plus. D'autant plus que j'imagines que quand tu veux acheter une montre en magasin et qu'ils l'ont plus en stock c'est pareil, il faut attendre qu'elle soit fabriquée. Donc ca reviendrait à faire ca pour presque tous les clients. C'est trop les marques voudraient pas faire ca.

Moi ça m'intéresserait. Ça pourrait t'apprendre des choses sur la montre que tu vas porter justement pendant plusieurs années.

Autrement on ne pourrait pas faire quelque chose comme une liste d'attente en ligne ? Ou un décompte de combien de jour il reste avant de recevoir la montre ?

C'est pareil et je pense que ca découragerait encore plus les clients. Du style « ah je dois attendre 2 mois avant de la recevoir oh non ». Ou « il y a 300 personnes qui doivent être livrées avant moi ? Je vais voir une autre marque alors ». Ce n'est pas super attirant pour les clients.

Non normalement quand tu veux une montre tu veux celle la et pas une autre. Enfin c'est un achat réfléchi t'achète pas une montre tous les deux mois. Tu l'as choisie, tu l'as comparée à plusieurs autres. Donc t'es prêt à attendre un peu pour l'avoir justement.

Et un service de personnalisation ou ca t'explique toute la montre ? Par exemple ca t'explique chaque pièce à quoi elle sert et où tu la mets dans la montre, à quelle étape et tout. C'est ludique et tu peux personnaliser ta montre comme tu veux. Après ce qui est à l'intérieur tu peux pas trop parce que ca se voit pas mais tu pourrait avoir une idée déjà de comment est fabriquée une montre..

Non ca prendrait trop de temps. Quand t'achète genre un habit t'as pas envie de choisir les tissus, la forme, les couleurs, les dessins et tout. Pour les enfants ok ou proposer de dé couvrir l'intérieur des montres sur le site pourquoi pas. Mais pas à chaque fois que tu veux en commander une. De pouvoir choisir le type de bracelet et tout oui, par ce que c'est des combinaisons qui sont faisables et qu'on peut choisir en magasin aussi. Et il existe plusieurs combinaisons pour les modèles normalement. C'est ce qu'on retrouve sur un catalogue par exemple.

Moi je ne sais pas s'il y a besoin de beaucoup de service. Enfin les boutiques en ligne sont plus ou moins toutes pareilles. Enfin moi j'y vais souvent mais je ne m'attends pas à grand chose. J'y vais pour voir ce qu'il y a, commander ce qui me plaît et voilà. Enfin quand tu vas en ligne tu sais que ne t'as pas de vendeurs et que tu devras te débrouiller toute seule en gros.

Oui mais avoue que c'est quand même mieux quand tu peux renvoyer gratuitement ce qui te plaît pas ou quand le site te propose des mails.

Oui mais ce n'est pas ce que je cherche. Pour moi le plus important c'est de le faire quand tu veux ou tu veux. Après être livré rapidement oui c'est un plus. Mais en soit ce n'est pas le plus important. Je pense que c'est plutôt ce qu'on veut acheter qui fait qu'on va en ligne ou pas.

Mais tout peut se vendre en ligne je pense. Dans le sens où quand t'as une envie, tu peux aller voir en ligne si tu le trouve et si ça te plaît tu la commande. Sur les sites en ligne tu trouve de tout maintenant.

Peut-être mais moi je ne cherche pas à aller en ligne pour profiter des services qu'ils proposent mais plutôt des produits qu'il y a.

Mais vous pensez que pour l'horlogerie il y a des services qui sont nécessaires pour assurer une bonne expérience aux utilisateurs ?

Je ne pense pas qu'il y ait des services qui soient spécifiques pour l'horlogerie. C'est des services de commerce en ligne comme t'as dit avant les réponses que t'as eues dans tes questionnaires.

Oui je suis d'accord. Il ne faut pas chercher des services pour l'horlogerie spécifiquement mais pour ton travail c'est plus des services pour le commerce en ligne qui pourraient s'adapter à l'horlogerie.

OK parfait donc ça c'était tous des services un peu classiques qu'on peut retrouver sur n'importe quel site Internet. Maintenant je vais vous montrer quelque chose et C'est le troisième point que je voulais voir avec vous aujourd'hui. C'est un service que Tissot propose pour son site de commerce en ligne justement. (Je leur montre les vidéos suivantes : <https://youtu.be/sM70yME1Olk>, <https://youtu.be/m9oeAIOY4Vs>). Donc avec la réalité augmentée on peut avoir un aperçu des montres sur notre poignet et choisir justement les combinaisons qui nous plaisent. Il faut juste imprimer le petit bracelet à la maison et avec les capteurs qu'il y a dessus, ça repère votre poignet et la montre vient dessus grâce à la webcam de votre ordinateur. Je pense que ça peut marcher aussi avec l'iphone ou les tablettes. Vous pensez que c'est une bonne idée ?

Oh oui. Moi j'adore. On peut choisir le modèle qui nous va le mieux si on hésite entre plusieurs.

Ouais je ne sais pas. C'est pas mal mais on se rend pas compte du poids ou comme ça. Mais c'est une très bonne idée Ca donne plein d'information même si on n'a pas besoin de ça pour les avoir ça donne vraiment les informations en direct par exemple pour une fonctionnalité.

Oui c'est un plus par rapport aux autres sites. Jamais jamais vu ça avant et je ne savais pas que Tissot vendait sur leur site Internet.

Pas en Suisse malheureusement mais dans d'autres pays comme les États Unis (je vérifie sur leur site Internet). Voilà il y a les États Unis, la France, le Royaume Uni, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Italie et l'Espagne.

Ah d'accord. Pourquoi pas en Suisse alors ?

Justement c'est mon travail de Bachelor. En tout cas pour Genève. J'essaye de voir si comme c'est des marques suisses et la plupart sont à Genève ou dans le Jura, ils préfèrent garder les magasins comme seul point de vente.

Moi je m'imagine bien essayer ça avec ce bracelet à imprimer. En plus je suis curieuse. Et je pense que ça peut aider à se décider entre plusieurs modèle aussi comme on a dit avant. Et je trouve cool le truc de la photo que tu peux envoyer. Comme ça tu peux demander l'avis à des amis ça permet encore plus de se décider.

Oui pareil c'est trop stylé. C'est un plus pour la marque.

C'est bien mais je ne sais pas si c'est ça qui ferait acheter les gens une montre par Internet.

Comment ça ?

Bah je ne sais pas. Si on doit te dire les services qui nous feraient acheter une montre sur un site Internet je ne sais pas si c'est ça qui aiderait à le faire. Je veux dire que bon j'ai dit avant que je ne me voyais pas acheter une montre en ligne même si je suis dans la tranche d'âge de ton enquête. Ca c'est une très bonne idée pour un site de vente je ne dis pas le contraire. Je pense que c'est juste un moyen d'avoir une idée de ce qu'on veut et avoir moins de question à poser au vendeur. Mais...

Mais tu veux poser quoi comme question au vendeur si t'as déjà toutes les informations, de la matière du bracelet, le type de mouvement, les fonctionnalités et que tu vois la montre sur ton poignet ?

Je sais pas mais du genre si elle est adapté à telle ou telle activité comme la plongée ou voir si elle est agréable à porter, si tu préfère le métal ou le cuir comme bracelet ce genre de chose. La même si c'est la technologie, c'est comme si t'imprimais une photo de la montre et que tu te la collais sur le bras. T'as les même infos que sur un site normal c'est juste plus sympa de voir la montre virtuellement.

Et Si on reste sur ce genre de chose, on pourrait ne pas imaginer comme un assistant personnel virtuel ? Comme une petite personne qui nous suite sur les pages où on va sur le site et qui nous explique tout suivant ce qu'on regarde ? Comme un SIRI mais sans qu'on ait besoin de lui demander ? On pourrait l'activer si on en a besoin et il apparaît et il nous parle. Genre « cette montre est très bien pour le sport avec un bracelet en cuir et un design épuré blabla bla... » Ca pourrait être pas mal non ?

Oui il prendrait le rôle du vendeur. Mais est ce qu'on pourrait lui poser des questions ?

On peut compléter ça avec un chat comme on parlait avant. Il nous suit sur le site, nous donne les informations des montres et si on a plus de questions on pourrait demander par chat à quelqu'un de réel.

Oui moi ça me paraît pas mal.

C'est intéressant ca. Il y a personne qui m'a parlé de ca encore !

Oui et pas que pour les montres. Par exemple desfois il y a l'historique de l'entreprise et c'est un texte super long qui est souvent pas très intéressant à lire. Donc ce bonhomme virtuel pourrait nous expliquer l'entreprise avec une vidéo où comme ca. Ca serait pas mal.

Les autres vous en pensez quoi ?

Moi je trouve l'idée sympa mais je ne pense pas que ça se fera. Enfin je ne vois pas ça sur un site d'horlogerie. Ça fait un peu enfantin.

Moi ça ne me plairait pas. Je ne sais pas c'est vrai que ça va pas trop avec l'horlogerie. Je préfère rester sur la réalité augmentée qu'on a parlé avant. Et on pourrait l'améliorer encore plus ou quand t'as la montre à ton poignet sur l'écran tu pourrais utiliser les fonctionnalités de la montre. Et voir comme ça rend sur l'écran.

D'accord donc l'assistant personnel virtuel vous n'aimez pas trop ?

Non moi pareil que lui. Je préfère beaucoup plus la réalité virtuelle. Parce que l'assistant se ca apporterait pas grand-chose je pense. Enfin les informations tu les as. Tu ne vas pas en cacher exprès pour que ce soit l'assistant qui te les donne.

Non.

D'accord. Donc pour faire un dernier petit tour, vous pensez quoi des sites de ventes d'entreprises horlogères ? Vous pensez qu'elles devraient le faire ?

Moi oui. Après c'est sur qu'elles doivent faire attention avec les services qu'elles proposent mais ca c'est à elles de voir. Mais avec ce dont on a parlé avant comme la réalité augmentée c'est une très bonne chose pour moi. Il y a sûrement plein de choses auxquelles on a pas pensé il y a pleins de services à proposer en ligne. Mais je pense qu'elles auraient tout à gagner à aller en ligne.

Moi pareil. C'est une bonne chose et ca peut sûrement les aider dans leurs ventes. C'est vrai que les services qu'elles doivent proposer doivent suivre ce qu'elles proposent dans leurs magasins. Et j'y pense maintenant et je sais pas si ca existe mais une application qui regroupe toutes les marques. Pas de commerce en ligne mais juste pour montrer les modè

les. Parce que des fois il y a des marques qu'on ne connaît pas ou qu'on pense pas aller voir. Et après pour acheter les montres on aurait un lien direct pour aller sur leur site Internet.

Du coup la on parle plus d'application, dont on a pas trop parlé jusque là.

Oui mais ça simplifierait pour les gens je pense. T'as juste à ouvrir l'application sur ton natel c'est mieux qu'un site Internet je pense. Tu serais renvoyer sur le site seulement si tu veux acheter en ligne. Ou pour faire le truc avec la réalité augmentée justement.

D'accord, pas mal. Et les autres ?

Alors pour moi je pense pense pas que ça marcherait tant que ça. Comme j'ai dit avant je pense pas faire partie des gens qui commanderait une montre en ligne. Mais je sais que je suis pas un exemple. Peut-être que les clients des entreprises y iront mais je ne pense pas qu'il y aura beaucoup de commande. Je me trompe peut-être mais c'est ce que je pense.

Moi comme les autres c'est une manière d'ouvrir leurs portes. Je pense que les gens sont prêts à commander en ligne s'il y a des avantages. Bien sûr que ça permet de rester chez soi et d'être tranquille. Mais si les gens désirent des services ils iront en magasins. Il faut vraiment que le fait que ce soit en ligne apporté quelque chose aux clients.

L'idée de l'application est pas mal comme elle a dit. Mais c'est surtout pour s'informer et voir les produits. Les marques peuvent aussi faire leurs propres applications. Mais là il y aurait encore moins de service proposés je pense. Donc le site Internet reste le mieux et oui, ça marcherait mais pas pour les marques dont les produits coûtent chers. Comme les marques de luxe du style Patek. Déjà je pense pas qu'ils proposeront un jour du commerce en ligne et ensuite ça attireraient pas leurs clients. Mais les marques plus populaires, plus accessibles oui, je suis à 100% pour.

Moi c'est la même chose. Pour les marques de luxe c'est compliqué de proposer la même expérience qu'en magasin. Par contre les marques moins luxueuses je pense que ça marcherait et que ça leur apporterait beaucoup.

Très bien, je vous remercie de m'avoir consacré une heure de votre temps. Je pense qu'on a fait le tour de ce que je voulais voir avec vous. Si vous voulez, je vous transmettrai les conclusions de mon travail. En attendant je vous laisse profiter du reste de nourriture et de boissons.