

Communiqué de presse

Paris, le 23/02/2017

Etude WizVille : l'exigence des Parisiens n'est pas un mythe

Suivant une étude exclusive menée par Wizville sur 200.000 avis de 1020 commerces répartis dans l'Hexagone, de vraies disparités existent entre l'Ile-de-France et les autres régions, en termes de satisfaction client.

Les Parisiens sont-ils réellement plus exigeants que la moyenne des Français ? C'est pour évaluer le bien-fondé de ces a-priori que la société WizVille, éditrice d'une solution d'avis clients pour points de vente, **a analysé sur les douze derniers mois la satisfaction client. Le panel comportait plus de 1020 points de vente, implantés dans toutes la France.** Ce sont ainsi plus de 200 000 avis des clients et notes de satisfaction recueillis par sms ou par e-mail, suite à leur passage en magasin, qui ont été comparés. Il en ressort des tendances clés.

Les Parisiens éprouvent moins de satisfaction que le consommateur moyen français

*“Cette analyse découle d'une demande d'un de nos clients, perplexe quant aux différences de satisfaction client constatées entre ses points de vente implantés en Ile-de-France et ses boutiques provinciales. Une tendance que nous avons déjà constaté à de multiples reprises mais que nous n'avions jusqu'alors pas pris le temps d'étudier en profondeur”, explique **Timothée de Laitre, Président-fondateur de WizVille.** “Ces chiffres nous intéressent car ils nous permettent de mieux aiguiller nos clients dans l'analyse de leurs résultats et dans la mise en place d'actions correctrices en point de vente.”*

Première constatation, **83% des sites et magasins d'Ile-de-France**, et en particulier ceux à fort trafic, présentent un niveau de satisfaction client inférieur à ceux implantés en Province. Au sein d'un même réseau, on observe **des écarts de satisfaction pouvant monter jusqu'à 13%**.

Sur la quasi-totalité des points étudiés, les Parisiens se montrent ainsi moins indulgents que leurs homologues provinciaux : qu'il s'agisse de l'**accueil** (7% d'insatisfaits vs 5% en province), le **passage en caisse** (9.5% contre 7.5%), l'**agencement du magasin** (12.5% vs 11%), la **disponibilité du personnel de vente** (10.5% vs 9%), les **promotions** (25% vs 21%), le **service** (9% vs 7%) ou encore les **conseils** apportés par les équipes de vente (3% vs 2%).

La note de satisfaction moyenne des points de vente parisiens s'élève malgré tout à **8.46/10**, signe que les Français restent globalement positifs vis-à-vis des commerces qu'ils fréquentent.

Comment expliquer ces différences de satisfaction ?

La société a sondé les consommateurs sur les origines de leurs insatisfactions et sur leurs nouvelles attentes envers les magasins. Les raisons évoquées par les deux populations



géographiques diffèrent fortement, laissant présumer en plus d'une différence d'exigence, des besoins également divergents.

Selon cette étude de Wizville, la mauvaise accessibilité des produits en rayon, le manque de disponibilité du personnel de vente et le temps passé en caisse sont plus souvent décriés par les Parisiens que par les provinciaux.

Concernant l'agencement des magasins, les Parisiens sont ainsi 9% plus nombreux que les autres Français à souhaiter une meilleure accessibilité et visibilité des produits en rayon.

Ils sont 13% plus nombreux à demander plus de disponibilité de la part du personnel, mais 7% moins nombreux que les provinciaux à souhaiter recevoir spontanément des conseils de la part des vendeurs, préférant les solliciter directement en cas de besoin.

En termes d'insatisfaction à l'encaissement, les Parisiens sont 11% plus nombreux à se plaindre du temps passé en caisse. Les provinciaux quant à eux, regrettent de ne pas profiter d'un encaissement plus chaleureux et de plus de sourires de la part du personnel.

Pour finir, les Parisiens insatisfaits de l'accueil aimeraient avant tout être salués dès leur entrée dans le magasin. Ils sont en effet 17% plus nombreux que les provinciaux à faire cette demande. Les provinciaux quant à eux souhaitent plus que tout être accueillis avec le sourire.

*“Ces données devraient permettre aux distributeurs d'adapter leurs efforts aux besoins et demandes spécifiques des consommateurs de chaque région”, conclut **Timothée de Laitre**, “La solution WizVille permet de suivre au quotidien la satisfaction client sur des sujets divers et d'effectuer au sein d'une même enseigne des comparaisons par point de vente, par région ou encore par pays, afin de personnaliser les offres et services proposés pour chaque catégorie de consommateur.”*

A propos de WizVille

Créée en janvier 2012 par Timothée de Laitre, Romain Lauwerier et Clément Bruchon, WizVille est une start-up parisienne qui édite des solutions web de recueil et de diffusion d'avis clients pour les réseaux de points de vente, uniques sur le marché. Elle leur fournit une solution de recueil (WizVille) et de diffusion (Trustville) d'avis clients 3-en1 : avis magasins, avis produits et avis e-commerce.

Avec Trustville, service conforme à la norme AFNOR “avis clients”, WizVille contribue à fiabiliser les avis de consommateurs en ligne en diffusant uniquement les avis de clients ayant des preuves de transactions sur les entreprises notées.

WizVille a su convaincre de grands groupes tels que Etam, Total, Monoprix, Groupe Le Duff avec Brioche Dorée, Laforêt immobilier, encore le groupe 5àsec. À date, plus de 7000 points de vente utilisent les solutions de WizVille, et ce sur les 5 continents.

Plus d'informations : wizville.fr

Contacts Médias

Agence Evolve



Delphine Darfeuille / Muriel Grimaldi

Tél : 09 72 45 76 53 /49

Email : dd@agence-evolve.com / mg@agence-evolve.com