

Les Canadiens disposés à délaissier les entreprises qui ne parviennent pas à suivre le courant numérique

Une séparation n'est jamais facile, mais les Canadiens sondés sont prêts à délaissier les entreprises qui ne parviennent pas à suivre le rythme dans l'espace numérique. Ils se sont adaptés à la nouvelle normalité et leurs attentes en ce qui concerne les solutions numériques sont maintenant plus élevées.

84 % des Canadiens sondés ont affirmé qu'ils seraient prêts à se tourner vers une autre entreprise en cas d'expérience numérique médiocre.

Avant

Avant la COVID-19, **61 %** des Canadiens sondés n'achetaient que le minimum en ligne et préféraient les expériences de magasinage en personne.

Maintenant

63 % ont fait des achats en ligne plus fréquemment qu'ils ne le faisaient auparavant.



41 % des Canadiens sondés ont affirmé être plus en confiance pour effectuer des achats en ligne depuis le début de la pandémie.

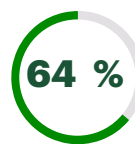
La communication est la clé. La plupart des consommateurs sondés sont d'avis que la communication de la part d'une entreprise sur le statut des commandes de leurs clients est essentielle.



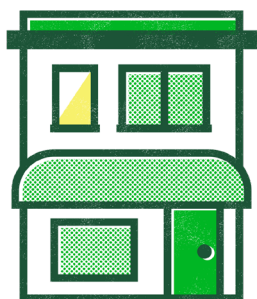
56 % ont mentionné que le fait de recevoir des nouvelles de la part des entreprises tout au long de la pandémie a contribué à ce qu'ils restent des clients fidèles.



87 % souhaitent recevoir un courriel ou un message texte dans l'heure qui suit leur achat.



64 % veulent toujours une expédition et une livraison rapides.



Les Canadiens sondés soutiennent les petites entreprises et ont modifié leurs habitudes de magasinage pour ce faire.

47 % des Canadiens sondés ont affirmé avoir changé leurs habitudes de magasinage pour accroître leurs achats auprès d'entreprises plus petites et locales.

57 % planifient de continuer à acheter des biens et des services de petites entreprises locales au moyen de leurs options de magasinage en ligne après la pandémie.

81 %

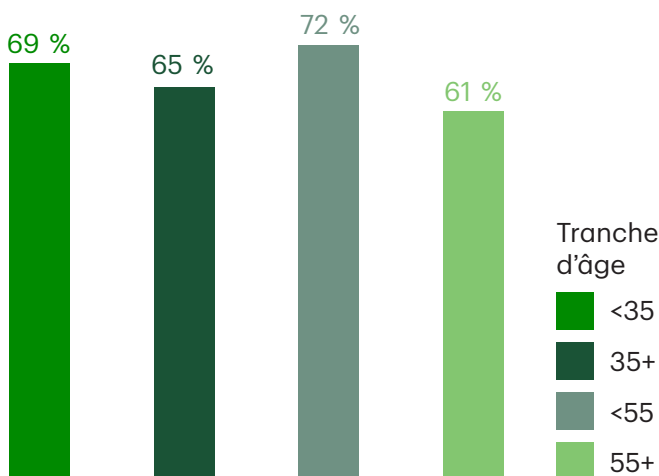
disent s'être adaptés à la nouvelle normalité en raison des restrictions liées à la COVID-19 et s'attendent à ce que les entreprises fassent de même.

69 %

ont des attentes plus élevées que jamais envers les entreprises avec lesquelles ils font affaire.

72 %

continueront de passer plus de temps en ligne dans l'année à venir.



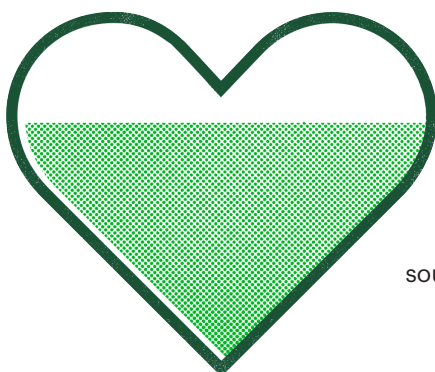
La COVID-19 m'a poussé à faire plus de choses en ligne et je vais continuer à utiliser davantage les canaux numériques en raison de leur commodité.

87 % des Canadiens sondés affirment qu'ils sont plus susceptibles de faire des opérations financières, comme des virements électroniques et des paiements de factures, en ligne.

44 % des Canadiens sondés mentionnent qu'ils utilisent les services numériques pour obtenir des conseils financiers.

Le nouveau consommateur numérique est là pour rester.

68 % des Canadiens sondés ont mentionné qu'ils prévoient continuer d'accéder aux plateformes numériques plus qu'ils ne le faisaient avant la pandémie.



80 %

des Canadiens sondés s'attendent à ce que les entreprises améliorent plus souvent leurs outils numériques pour assurer une meilleure expérience client.