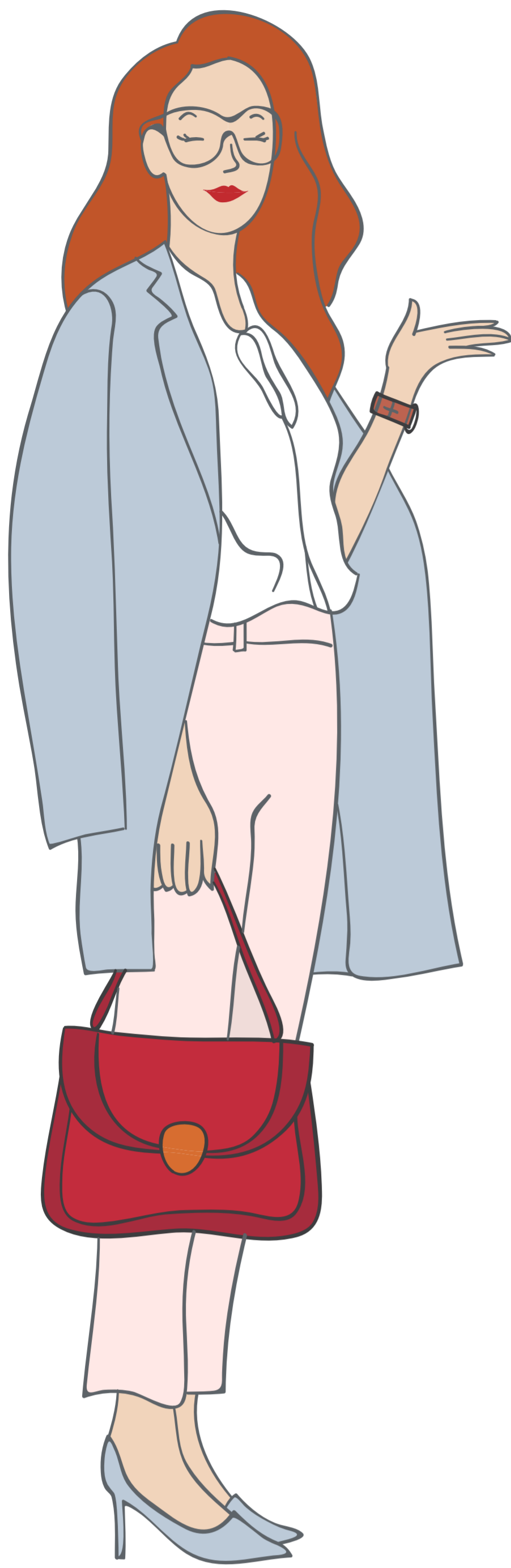
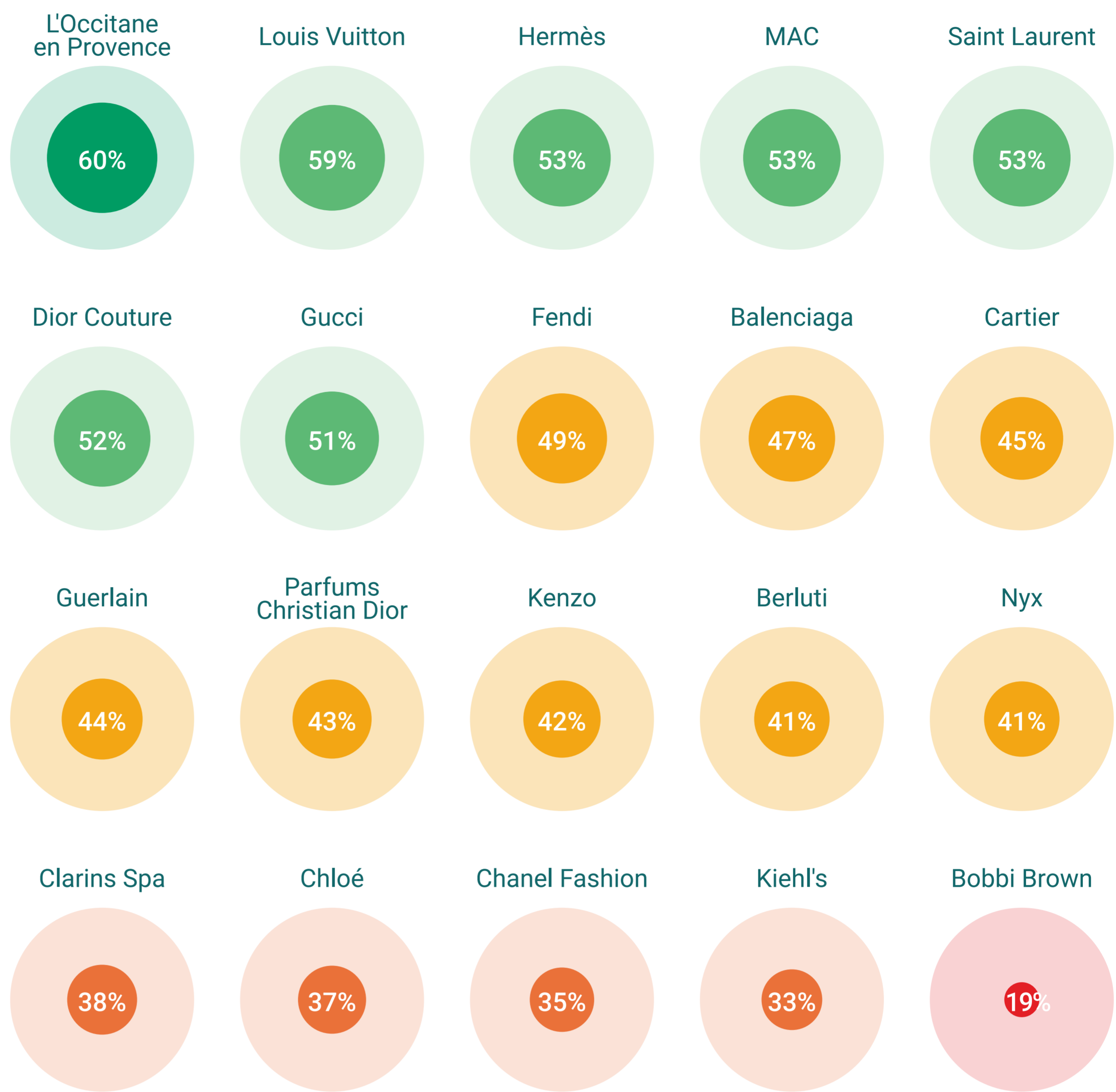


# Benchmark de l'expérience client auprès d'acteurs du luxe et de la beauté en France



## Score par marque

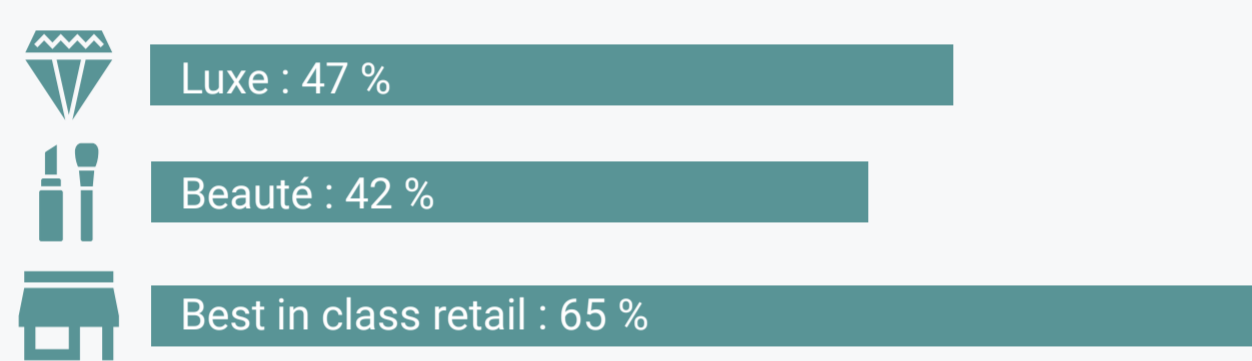
Score total de chaque marque, calculé sur la base de 30 critères clés à adopter pour une expérience omnicanale sans friction.



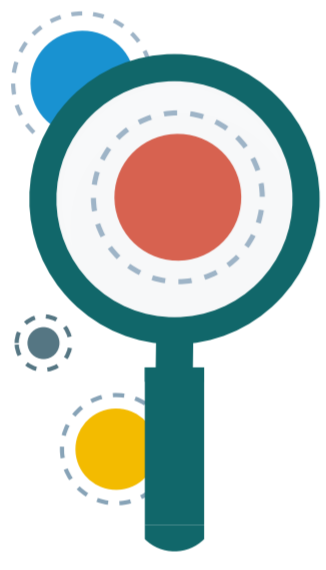
## Score par principe omnicanal

Score de chaque marque sur la base des 30 critères, regroupés en 6 grands principes omnicanaux.

### Benchmark général



### Informations produit

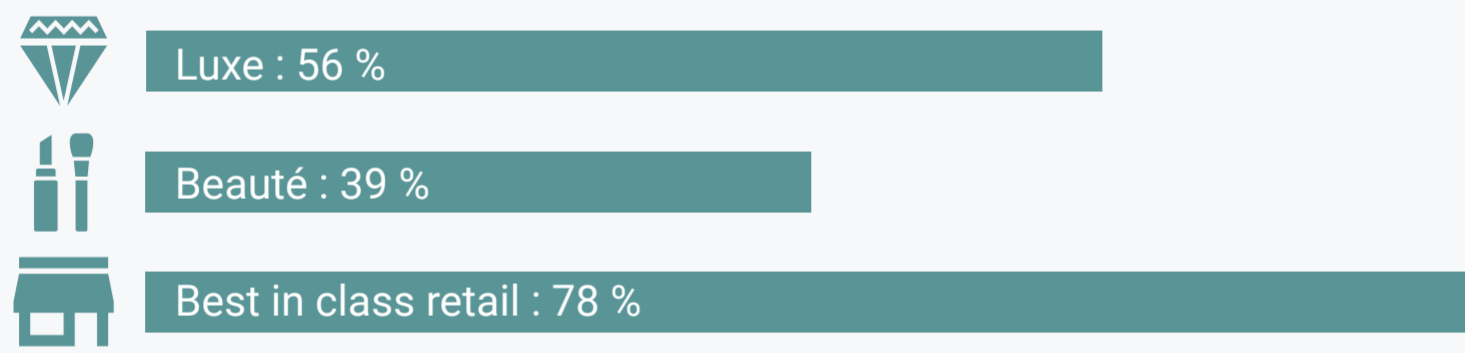


#### Classement

Saint Laurent 78 %  
Balenciaga 67 %  
Chloé 67 %

Sur le site YSL, les modalités de livraison et de retour sont clairement indiquées dès la page produit. De plus, le consommateur peut s'assurer de la disponibilité des produits en magasin depuis son smartphone.

#### Benchmark



### Informations sur les boutiques

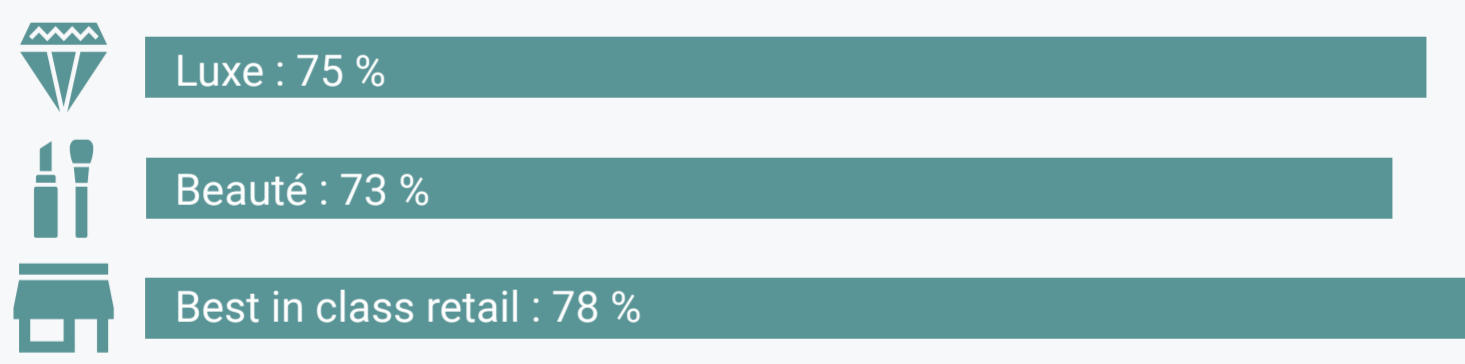


#### Classement

Hermès 89 %  
Chanel Fashion 89 %  
L'Occitane 89 %

Hermès indique toutes les informations relatives à ses magasins dans son store locator et sur son compte Google My Business. Par ailleurs, les utilisateurs peuvent générer un itinéraire vers le magasin le plus proche depuis le store locator.

#### Benchmark



### Services personnalisés

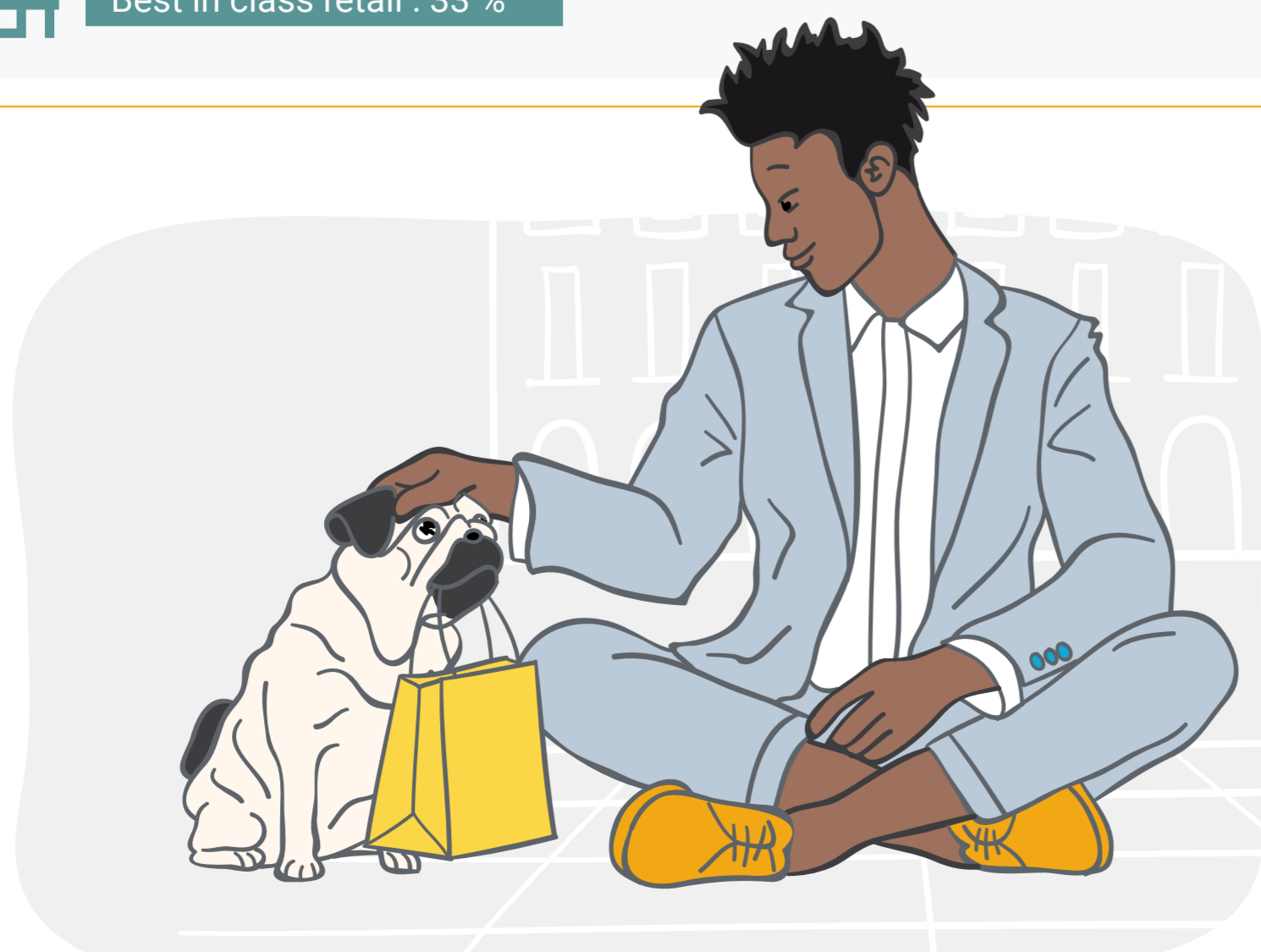
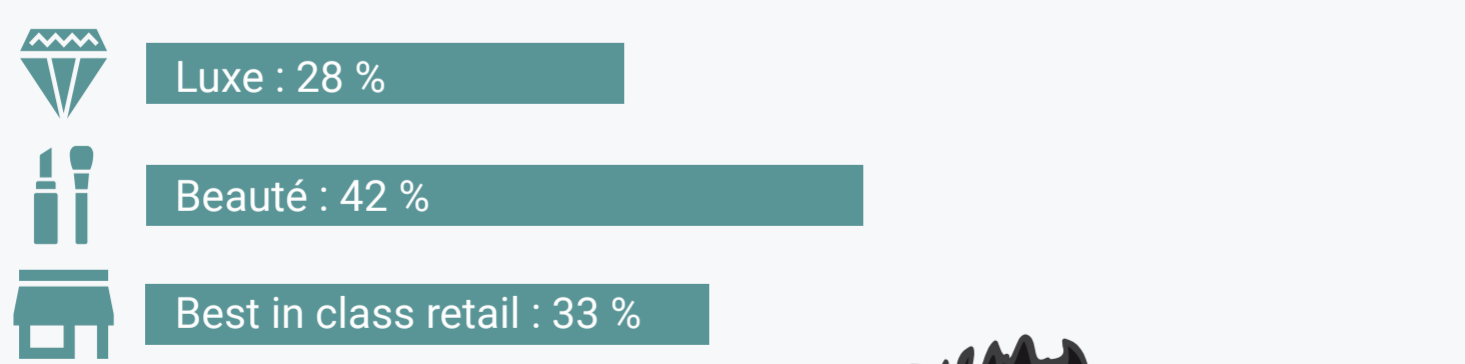


#### Classement

MAC 100 %  
Nyx 67 %  
Fendi 67 %

MAC Cosmetics permet à ses utilisateurs de réserver facilement un service depuis leurs smartphones, d'obtenir de l'assistance via un agent conversationnel et de sauvegarder leurs articles favoris sans avoir à créer un compte.

#### Benchmark



### Fluidité de l'expérience client

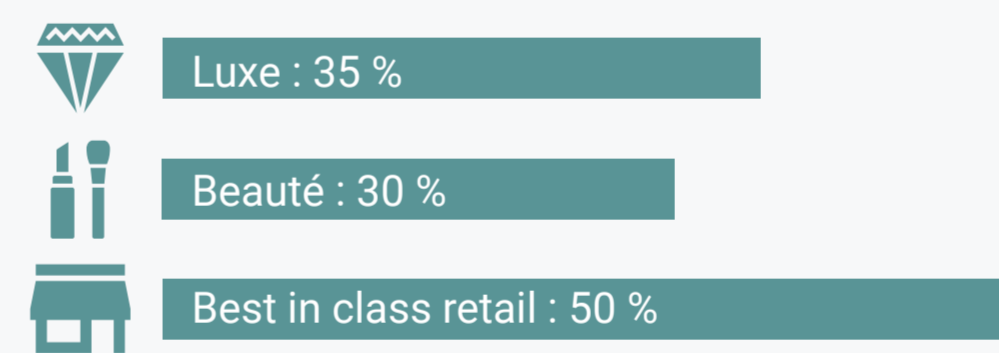


#### Classement

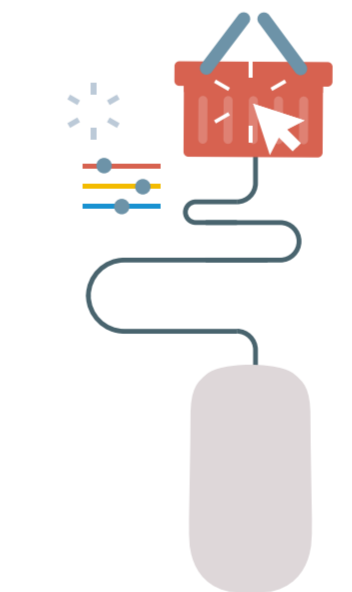
L'Occitane 50 %  
Kenzo 43 %  
Louis Vuitton 43 %

L'Occitane propose une expérience fluide sur son site mobile : un site rapide, des boutons d'actions clairs, un tunnel de conversion optimisé pour mobile. L'utilisateur peut notamment acheter en tant qu'invité, là où la création de compte est l'un des principaux freins à la conversion.

#### Benchmark



### Modalités de livraison

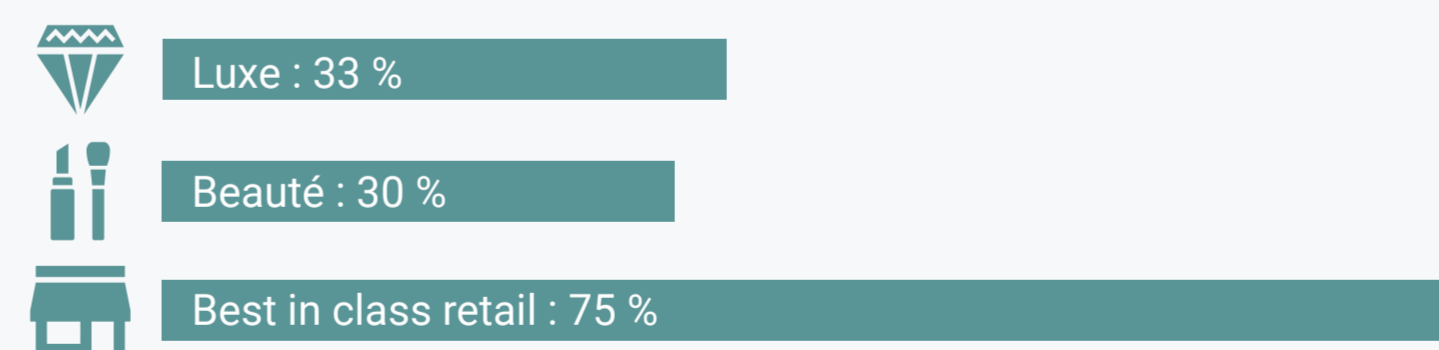


#### Classement

Louis Vuitton 75 %  
L'Occitane 75 %  
Balenciaga 75 %

Louis Vuitton facilite les parcours omnicanaux à travers le Click & Collect, la livraison express et le retour des produits commandés en ligne directement en magasin.

#### Benchmark



### Stratégie de mesure et d'activation média



#### Classement

MAC 100 %  
Cartier 75 %  
Hermès 75 %

MAC Cosmetics mesure l'impact en magasin de ses campagnes Search. En augmentant la visibilité de ses campagnes pour les utilisateurs autour des magasins, MAC a réussi à augmenter jusqu'à 20% ses ventes en magasin.

#### Benchmark

