



Comment me connaissiez-vous **vraiment?**

L'évolution du commerce
personnalisé

Juillet 2025

Un rapport Outlook de Circana

La personnalisation est la clé des relations authentiques avec les clients et peut aider à améliorer les ventes et les expériences avec la marque. En fin de compte, elle stimule la performance et améliore les résultats pour les clients. Et bien que les données et les analyses soient au cœur de toute stratégie de personnalisation, les améliorations technologiques numériques ont révolutionné les stratégies de personnalisation des marques et des détaillants.

La personnalisation a rapidement évolué, passant d'interactions de vente directes efficaces mais limitées en termes d'échelle, comme les monogrammes, à la capitalisation sur la richesse des informations personnelles générées par l'explosion du commerce électronique, du marketing basé sur les données et des avancées rapides de la technologie en matière d'IA et d'apprentissage automatique.

Tout cela combiné permet aux détaillants d'avoir un accès sans précédent à une pléthore de données consommateurs en temps réel, telles que le comportement de navigation, l'historique des achats et les informations démographiques, qui ensemble offrent un arsenal de stratégies de communication de shopping personnalisé pour prédire avec précision les préférences des consommateurs. Le résultat est un produit ou un service hyper-personnalisé, hautement engageant et efficace – clé pour stimuler la croissance et la fidélité durables.





La personnalisation
est la plus puissante
stratégie pour
transformer **les**
navigateurs en
acheteurs

Une expérience personnalisée exceptionnelle peut devenir essentielle dans la vie ou les habitudes d'achat de quelqu'un et offrir la possibilité de remodeler non seulement une relation client mais même une catégorie. Les consommateurs l'exigent désormais. En fait, avec

“jusqu'à 95 % des décisions d'achat influencées d'une manière ou d'une autre par notre subconscient¹”,

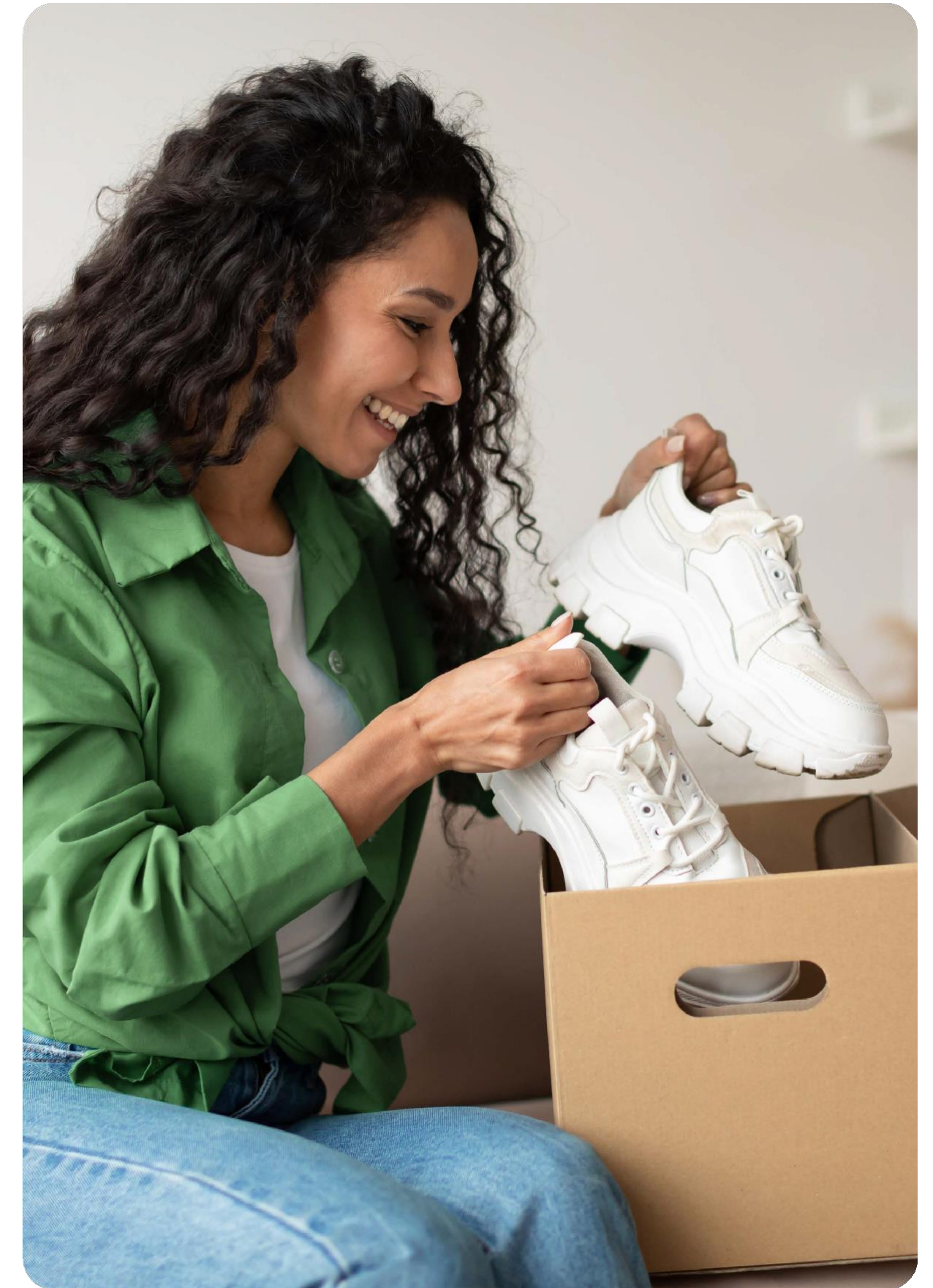
imaginez les possibilités lorsque les stratégies de personnalisation sont soutenues par des analyses de données avancées et une livraison rapide. Les marques et les détaillants peuvent anticiper et répondre aux désirs des consommateurs avec des expériences hyper-personnalisées inégalées.

Le commerce personnalisé englobe chaque point qui engage le plus le client, renforçant les relations et favorisant la fidélité et la confiance des clients. Il permet également aux marques de se distinguer dans une mer de similitude – pensez à une catégorie encombrée avec des messages marketing génériques. La personnalisation démontre également comment votre marque valorise vos clients en tant qu'individus, améliorant ainsi l'affinité et la défense de la marque. Et elle fournit des informations précieuses, en temps réel, basées sur les données sur le comportement des consommateurs – essentielles pour les achats ou les stratégies en temps réel.

¹<https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/the-subconscious-mind-of-the-consumer-and-how-to-reach-it>

À mesure que la technologie évolue, le potentiel de personnalisation est infini. Mais déjà, elle offre :

- **Engagement client amélioré** – Lorsque les consommateurs sentent que vous comprenez leurs préférences et anticipez leurs besoins, cela augmente la fidélité. Les recommandations personnalisées, les promotions ciblées et le contenu personnalisé favorisent des connexions plus profondes.
- **Augmentation des ventes et des revenus** – En adaptant les recommandations de produits et les promotions aux préférences individuelles, vous pouvez augmenter la probabilité de conversion. Cela conduit à des valeurs d'achat moyen plus élevées et à de nouvelles adoptions de produits accrues.
- **Rétention des clients améliorée** – Le commerce personnalisé offre des expériences cohérentes et pertinentes. Cela augmente la propension des consommateurs à revenir pour des achats futurs.
- **Prise de décision basée sur les données** – Les données collectées grâce aux initiatives de commerce personnalisé fournissent des informations précieuses sur le comportement et les préférences. Cela conduit à des décisions éclairées sur le développement de produits, le marketing et la gestion des stocks.



Il est temps de se personnaliser, en temps réel

La personnalisation peut aider à améliorer les ventes et les expériences de marque, ainsi qu'à mesurer et accélérer la demande dans un paysage concurrentiel. Les gagnants sont ceux qui l'accompagne de données et d'analyses détaillées. Les solutions de Circana exploitent la puissance de **Liquid AI** et des analyses prédictives pour garantir des expériences de shopping plus engageantes, pertinentes et satisfaisantes pour les clients de nos clients, stimulant ainsi la croissance et la fidélité.

Suivez-nous

