

LA PLUS IMPORTANTE ÉTUDE SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU QUÉBEC

★ PRIMEUR ★ ★ ★ ★ ★

Avec la collaboration spéciale de

Michelle Rivard, PDG de L'Observateur

Détail Québec est fier de vous présenter les résultats de sa nouvelle étude sur les besoins de main-d'œuvre et de formation en commerce électronique, réalisée auprès des détaillants du Québec. Plus de 721 détaillants de partout au Québec et de tous les sous-secteurs ont participé à l'enquête. Jamais autant de détaillants n'avaient été consultés sur la question du commerce électronique. Cette étude est la plus importante réalisée à ce jour au Québec.



ÉTUDE SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Globalement, l'étude explique comment les détaillants se sont organisés, 25 ans après l'apparition de la première transaction en ligne; comment et par qui sont gérées les opérations liées au commerce électronique; quels sont les défis auxquels ils font face et s'ils ont besoin d'aide.

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Cette réalité d'affaires apporte de nouveaux bénéfices aux consommateurs. Par exemple, le Web leur offre désormais la possibilité de s'informer des prix et de la disponibilité des produits, puis de se rendre en magasin pour les essayer et poser des questions au personnel sur place, avant de passer leur commande en ligne. Désormais, l'expérience d'achat numérique et l'expérience physique font partie d'une même stratégie d'affaires. Les activités en ligne stimulent le chiffre d'affaires des commerçants grâce aux ventes réalisées directement sur le Web, mais également grâce aux ventes effectuées en magasin à la suite d'activités en ligne.

Par ailleurs, les consommateurs s'attendent à des stratégies numériques simples, efficaces et fluides de la part des commerçants :

1. **l'harmonie entre l'expérience en magasin et l'expérience en ligne;**
2. **la rapidité** à toutes les étapes de l'achat en ligne;
3. la possibilité de recevoir leurs **achats à la maison** plutôt que de les récupérer en magasin;
4. l'option de **retourner facilement les articles achetés** en ligne.

L'ÉTAT ACTUEL DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE CHEZ LES DÉTAILLANTS

Les détaillants se tournent davantage vers le numérique et la vente en ligne. Présentement :

- > 85 % des établissements ont un site Internet;
- > 89 % des établissements sont présents sur les réseaux sociaux;
- > 47 % des établissements effectuent de la vente en ligne.

Depuis 2015, le nombre d'établissements qui effectuent du commerce électronique a augmenté de 10 %. La dernière fois que Détail Québec avait interrogé les détaillants québécois, seulement 37 % des établissements s'adonnaient au commerce électronique.

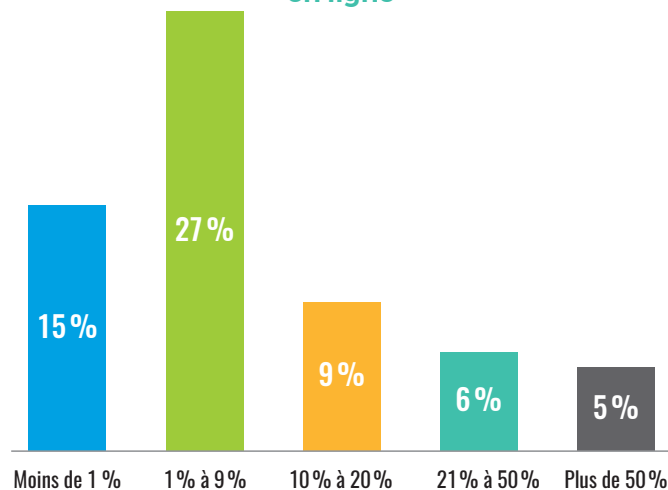
L'IMPLANTATION ET L'ORGANISATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Les entreprises consultées s'entendent sur l'importance que revêt le commerce électronique, tant aujourd'hui qu'à l'avenir. Il doit faire partie de la structure de l'entreprise. Or, l'enjeu actuel réside dans l'incertitude du commerçant quant à la manière d'intégrer efficacement la vente en ligne dans son entreprise.

Globalement, parmi les entreprises qui font du commerce électronique, la part moyenne des ventes en ligne est estimée

à 15 % du chiffre d'affaires. Toutefois, un grand nombre d'entreprises répondantes (38 %) n'étaient pas en mesure de répondre avec exactitude à cette question.

Proportion des ventes attribuées à la vente en ligne



UNE MAIN-D'ŒUVRE POLYVALENTE

Pour un employé devant s'occuper du commerce électronique, la première qualité recherchée est la polyvalence. Les employeurs misent surtout sur les employés qui se démarqueront dans l'affectation de tâches, et ils se formeront la plupart du temps « sur le tas », par essais et erreurs. Après coup, ces ressources qu'on voulait polyvalentes deviennent spécialisées et difficilement interchangeables, ce qui fragilise les entreprises en cas de départ.

En moyenne, **8,5 employés** par établissement travaillent à la gestion ou aux opérations du commerce électronique. Cette statistique varie grandement selon la taille de l'entreprise.

Nombre moyen d'employés impliqués dans le commerce électronique (par taille d'entreprise)

1 à 19 employés	2,0
20 à 99 employés	3,1
100 employés et +	24,3

Parmi les types d'emploi, cinq grandes catégories de personnel ont été recensées chez les détaillants s'adonnant au commerce électronique (voir le tableau ci-dessous). Les postes de gestion et de coordination (p. ex. : coordonnateur au commerce électronique) sont présents dans 60 % des entreprises, avec un salaire moyen de 30,50 \$/heure.

Nombre et salaire moyen des employés dédiés au commerce électronique

	Présence dans les entreprises (%)	Nombre moyen par entreprise (nbre)	Salaire moyen (\$/h)
Gestion/coordination	60 %	1,5	30,50 \$
Spécialiste Web et réseaux sociaux	50 %	2,8	25,00 \$
Service à la clientèle	32 %	1,6	18,05 \$
Envoi et entrepôt	27 %	1,7	17,55 \$
Traitement/gestion de données	25 %	1,5	26,50 \$

BESOINS DE MAIN-D'ŒUVRE EN COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Parmi les entreprises qui se tournent vers le numérique, 58 % effectuent en totalité ou en partie la gestion ou les opérations du commerce électronique, alors que 40 % confient ces tâches à des fournisseurs externes. De plus, 30 % des établissements interrogés ont au moins un employé dédié ou spécialisé en commerce électronique. Inversement, 70 % des établissements n'auraient pas d'employé exclusivement dédié au commerce électronique. Ces employés assument en plus d'autres responsabilités : direction, supervision, service à la clientèle, etc.

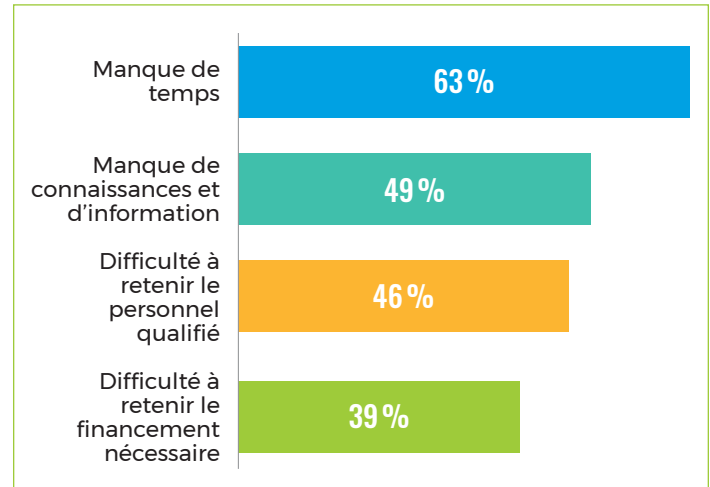
Parmi les établissements qui effectuent du commerce électronique, le quart d'entre eux (24 %) ont été ou seront prochainement à la recherche de personnel pour combler des tâches en commerce électronique. Plus de la moitié de ces établissements (53 %) seraient à la recherche d'employés spécialisés ou dédiés au commerce numérique, et 41 % chercheraient des employés non spécialisés. Les types de postes spécialisés les plus demandés dans les établissements seraient les postes de spécialistes du Web, des réseaux sociaux et du service à la clientèle.



DIFFICULTÉS LIÉES AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Les détaillants québécois reconnaissent l'importance du commerce électronique dans la progression de leurs affaires, mais éprouvent cependant des difficultés à y voir clair et à prioriser l'allocation des ressources nécessaires.

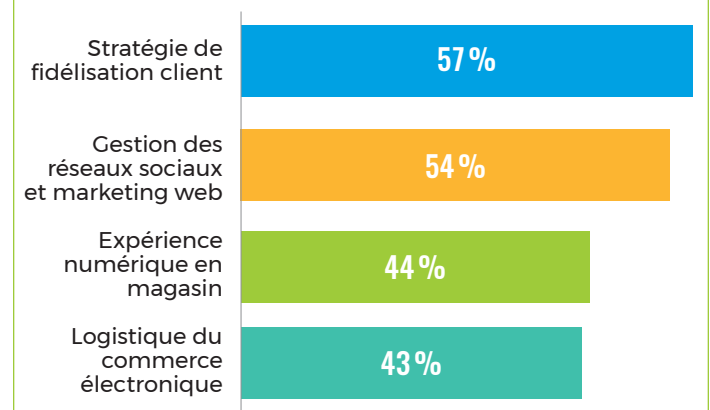
Les principales difficultés rencontrées sont les suivantes :



L'aide au démarrage et le soutien à la formation sont des besoins criants des commerces. La difficulté à maintenir des pratiques omnicanales homogènes (c'est-à-dire d'une porte d'entrée à l'autre), la gestion de l'expédition et des retours, et la gestion des avis négatifs représentent également des défis.

Parmi les besoins de formation, les **stratégies de fidélisation** de la clientèle sont le sujet qui suscite le plus grand intérêt. Compte tenu des contraintes liées à la rareté de la main-d'œuvre, les formations de courte durée, les tutoriels en ligne et les webinaires sont les approches que les détaillants aimeraient privilégier pour se former et former leur personnel. Des ateliers sur un sujet précis pourraient aussi être donnés par un expert, qui resterait disponible par la suite pour la mise en application. Parallèlement, des formations sous forme de brèves capsules Web facilement accessibles seraient les bienvenues.

Intérêt envers différents sujets de formation





L'étude complète peut être consultée au www.detailquebec.com/etudes.

La réalisation de cette étude a été confiée à la firme de recherche marketing L'Observateur.

Détail Québec tient à remercier spécialement les détaillants qui ont participé à l'étude ainsi que l'AQMAT et le CQCD, qui ont également contribué au succès de ce projet. Ces résultats permettent à Détail Québec de continuer à offrir des outils et des services qui répondent aux besoins des détaillants.

Sur notre site Web, vous trouverez des outils de GRH gratuits, dont un qui porte sur la gestion du changement pour l'adoption du commerce électronique, ainsi qu'une grille d'entrevue pour l'embauche d'un coordonnateur e-commerce. Notre atelier de formation sur l'implantation du commerce électronique sera offert à nouveau cet hiver. Consultez le calendrier à la page 5 du *Magazine*.

Étude réalisée par :

L'OBSERVATEUR

En collaboration avec :



Ce projet a été financé par :



Consultez l'étude sur le commerce électronique



Commerce électronique : Les besoins de main-d'œuvre et de formation des détaillants du Québec

Sommaire de l'étude

Ce document se veut une courte synthèse du travail de documentation effectué dans le cadre de cette recherche en trois volets.



Commerce électronique : Les besoins de main-d'œuvre et de formation des détaillants du Québec

L'étude complète regroupe un sondage auprès de 721 commerces de détail réalisé pour obtenir un portrait quantitatif global pour l'ensemble du Québec et un groupe de discussion rassemblant 8 représentants d'entreprise de détail expérimentés en commerce électronique.



Portrait de l'évolution du commerce électronique au Québec

Revue de presse et statistiques

Un recensement des écrits et un portrait statistique ont été dressés à partir de la littérature pour obtenir une vue d'ensemble de l'évolution du commerce électronique au Québec.

Ce document se veut une synthèse du travail de recherche effectuée dans le rapport de recension et de présentation des écrits.

Ces trois documents peuvent être consultés gratuitement au www.detailquebec.com/etudes/.

CALENDRIER DES FORMATIONS

HIVER
2020

20%

DE RABAIS sur les
inscriptions avant le
17 janvier 2020.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

RENFORCEZ VOTRE MARQUE EMPLOYEUR

26 février 2020 à Québec

7 avril 2020 à Montréal

PASSEZ À L'ACTION AVEC UNE ÉQUIPE MOBILISÉE

28 février 2020 à Montréal

20 mars 2020 à Québec

3 avril 2020 à Montréal

DÉVELOPPEZ VOS HABILETÉS DE COACH

12 mars 2020 à Montréal

30 avril 2020 à Québec

VENTE

OPTIMISEZ VOTRE EXPÉRIENCE CLIENT

21 février 2020 à Montréal

15 avril 2020 à Québec

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

L'IMPLANTATION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE, DE LA PLANIFICATION À L'EXÉCUTION

4 février 2020 à Montréal

26 mars 2020 à Québec

VOL ET FRAUDE

PRÉVENEZ ET RÉDUISEZ LE VOL ET LA FRAUDE

13 mars 2020 à Québec

25 mars 2020 à Montréal

MARCHANDISAGE

BÂTISSEZ VOTRE STRATÉGIE DE MARCHANDISAGE VISUEL

30 janvier 2020 à Montréal

5 février 2020 à Québec

MAÎTRISEZ LES TECHNIQUES DE MARCHANDISAGE VISUEL

11 février 2020 à Montréal

10 mars 2020 à Québec

INSCRIPTION

Inscription sur www.detailquebec.com ou communiquez avec Syndie Zamor
au 1 888 393-0222, poste 204, ou à syndie@detailquebec.com.

Démarquez-vous en tant qu'employeur de choix

Programme de certification professionnelle

Le programme de certification de Détail Québec vous permet d'évaluer la maîtrise des compétences de vos conseillers-vendeurs et superviseurs de premier niveau, en plus de leur offrir un **certificat** émis par le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale.

Clé en main et entièrement gratuite, l'évaluation repose sur 2 étapes : une **entrevue** avec un professionnel du commerce de détail et la **visite d'un client mystère**. Une fois ces étapes réalisées, vous recevrez une analyse des résultats individuels pour chaque participant et une **analyse globale des résultats** pour votre entreprise, en plus du certificat pour chaque participant qui obtient la certification.

En contexte de rareté de main-d'œuvre, la reconnaissance que procure la certification permet de **mobiliser et de fidéliser vos employés**. Une occasion de valoriser l'expertise professionnelle de vos équipes tout en approfondissant leurs connaissances !

Pour en savoir plus ou pour inscrire votre entreprise, rendez-vous sur www.detailquebec.com ou communiquez avec Nadine Parent au 514 393-0222, poste 200, ou au 1-888- 393-0222.



Savoir reconnaître vos employés de façon efficace

Grâce au nouvel outil gratuit de Détail Québec, découvrez plus de 25 exemples de bonnes pratiques de reconnaissance non financière à mettre en application dès aujourd'hui, afin que vos pratiques deviennent un levier de performance et une source de valorisation inestimable dans vos équipes !

Consultez-le sur www.detailquebec.com/outils-rh.



NOTE : L'utilisation du masculin a été choisie pour des fins de lisibilité. Il inclut le féminin et ne se veut aucunement discriminatoire.

Suivez Détail Québec sur les réseaux sociaux

f Détail Québec
Twitter @DetailQuebec
in Détail Québec

detailquebec.com
info@detailquebec.com



Rédactrice en chef

Émilie Carle, coordonnatrice aux communications

Collaborateurs

L'équipe de Détail Québec
 Émilie Pelletier, réviseure
 Michelle Rivard

Conception graphique

Tic Tac Communications

NOVEMBRE 2019

Le Magazine Détail Québec est tirée à 7 000 copies et est aussi disponible sur detailquebec.com.

Détail Québec

Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail
 550, rue Sherbrooke Ouest, tour Ouest, bureau 590
 Montréal (Québec) H3A 1B9
 Téléphone : 514 393-0222
 Sans frais : 1 888 393-0222

Cette publication a été produite grâce à la contribution financière de la Commission des partenaires du marché du travail et avec l'appui des partenaires du commerce de détail.

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec et
 Bibliothèque nationale du Canada
 ISSN 1910-1252 version imprimée
 ISSN 1923-5089 version en ligne

Commission
 des partenaires
 du marché du travail
 Québec



Conseil québécois
 du commerce de détail



Sources mixtes

Groupe de produits issu de forêts
 bien gérées, de sources contrôlées
 et de bois ou fibres recyclés