

La stratégie digitale dans le secteur de la distribution

Selon les résultats de l'enquête menée conjointement par MDM et Infor® sur la stratégie digitale dans le secteur de la distribution, bien que de nombreux distributeurs aient toujours un retard dans les investissements technologiques, ils sont de plus en plus nombreux à admettre la nécessité de mettre à jour leur plateforme technologique. La majorité d'entre eux prévoit d'investir, mais il existe encore un fossé entre les attentes et l'approche.



Approche globale de la stratégie digitale



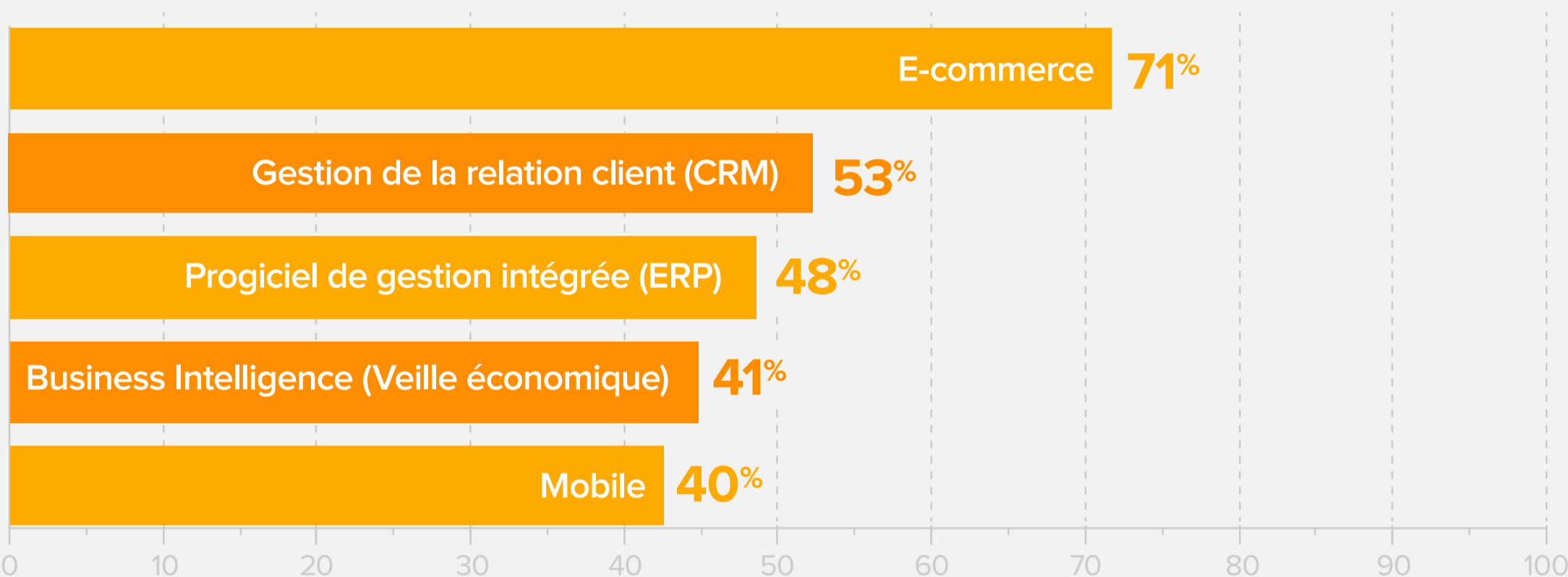
31% ont une stratégie digitale complète incluant tous les types de solutions informatiques

54% envisagent leur stratégie digitale de manière globale

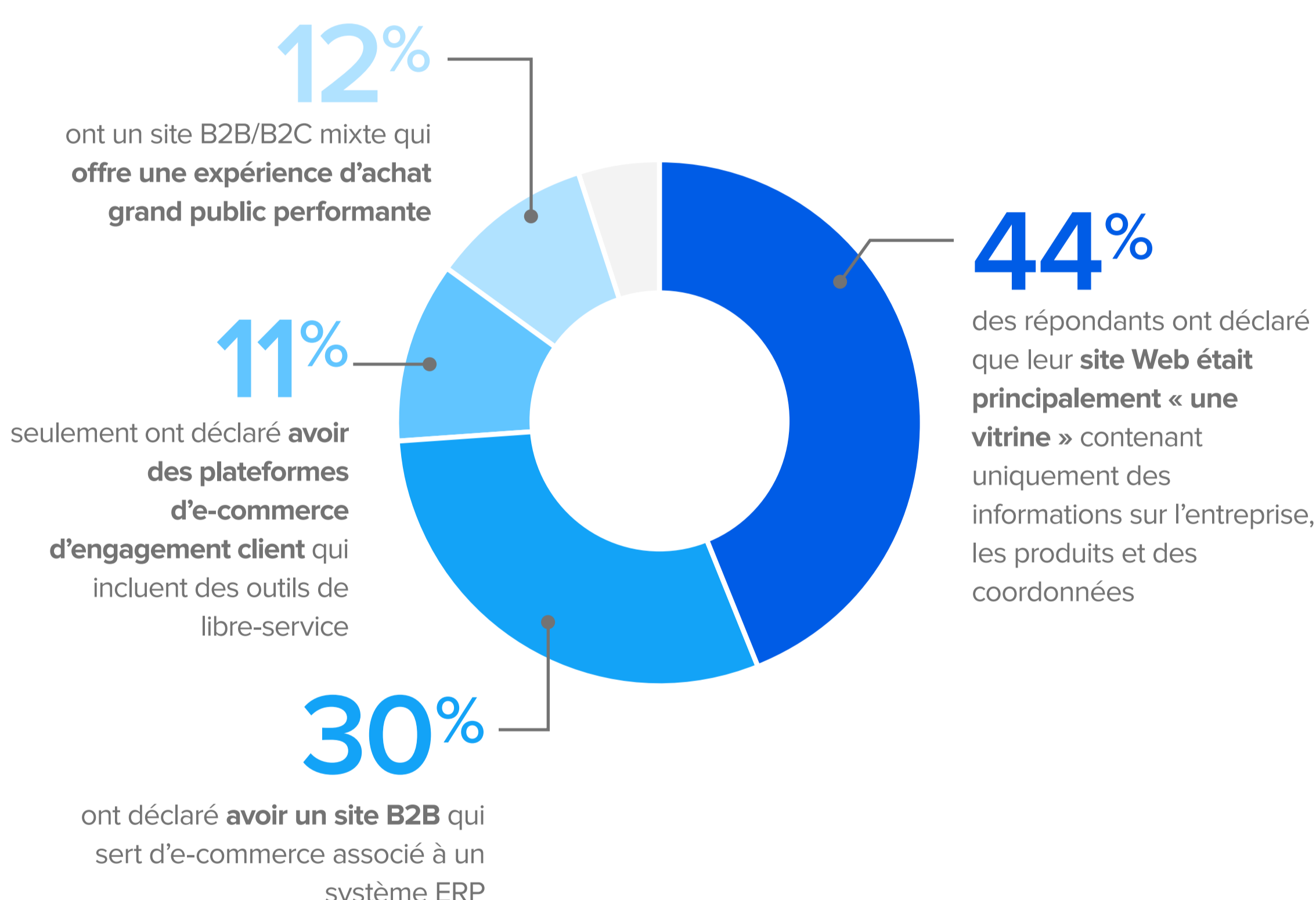
15% prennent en compte les mises à jour uniquement lorsqu'elles deviennent nécessaires

Les 5 meilleures plateformes pour investir

Dans quelles plateformes technologiques envisagez-vous d'investir ?

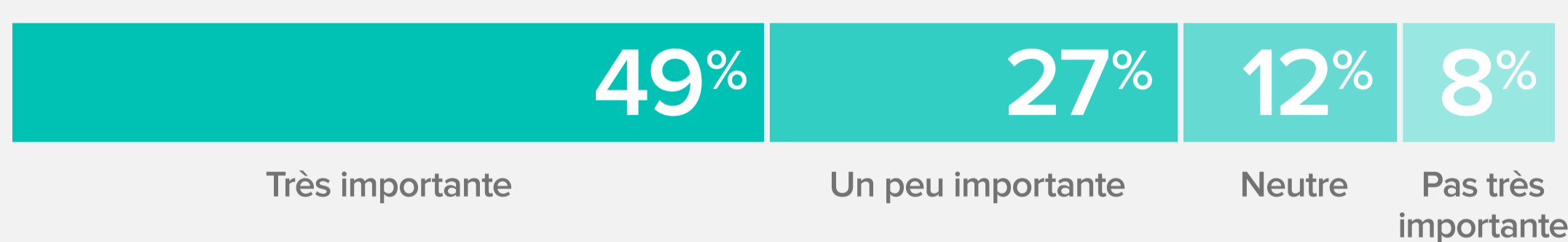


Présence actuelle sur le Web



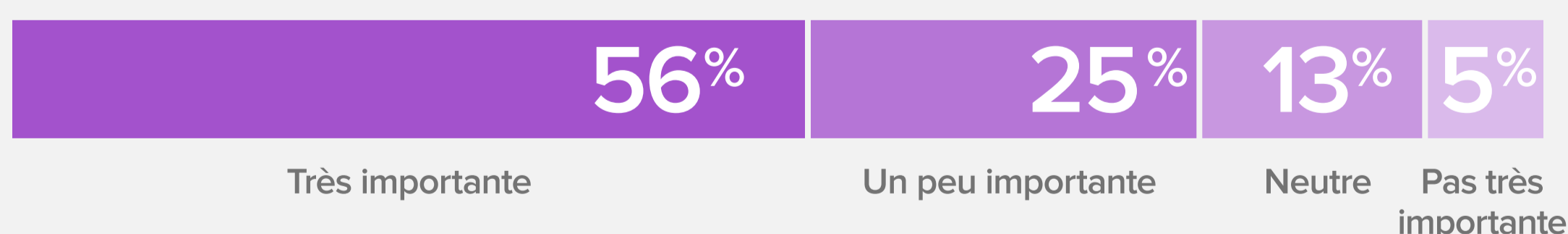
Importance d'une expérience d'achat en ligne performante

Alors que les acheteurs recherchent une expérience d'achat, les distributeurs reconnaissent la nécessité de fournir une expérience d'achat en ligne grand public performante comme étant :



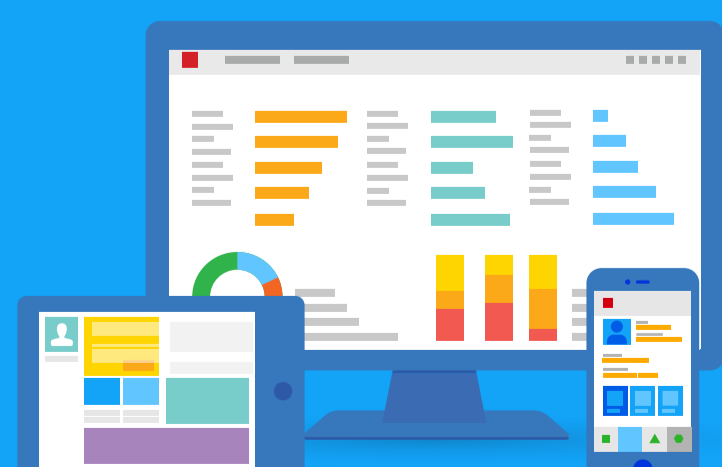
Importance de l'engagement client en ligne

L'engagement client en ligne va au-delà des expériences d'achat et les distributeurs reconnaissent la nécessité de fournir de multiples options de libre-service comme étant :



Parce la technologie ne peut pas être envisagée après coup

La technologie doit faire partie de la stratégie globale d'une entreprise, car elle joue désormais un rôle dans presque tous les aspects de l'activité. Téléchargez l'étude pour en savoir plus sur les résultats de l'enquête MDM-Infor sur la stratégie digitale dans le secteur de la distribution.



[En savoir plus >](#)