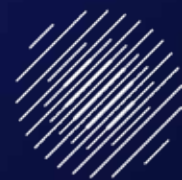
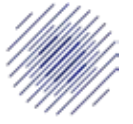


contentserv

FUTURIZE EXPERIENCES



L'industrie de la mode en chiffres



Le e-commerce est à l'ordre du jour dans toutes les secteurs. Il s'agit déjà d'une priorité pour les entreprises de la mode et son importance ne cessera de croître sur les marchés émergents.

Alors que les consommateurs se tournent de plus en plus vers le numérique, les entreprises doivent rattraper rapidement leur retard et combler le fossé en accélérant leur transformation digitale.

La situation de l'industrie de la mode — L'e-commerce en bref



Multiplication par 2-3 des revenus en ligne mondiaux par rapport à 2015



Croissance de 10 % des ventes mondiales de vêtements et de chaussures d'ici 2020



30 % des nouveaux acheteurs en ligne commenceront par acheter des vêtements et des chaussures

Le profil du nouveau consommateur



Suit un parcours complexe plutôt que linéaire à travers les canaux en ligne et hors ligne



Attend des informations produit précises, complètes, pertinentes et à jour, ainsi qu'une expérience de marque homogène sur l'ensemble des canaux



Est fortement influencé par les médias sociaux, le marketing d'influence et les avis de pairs

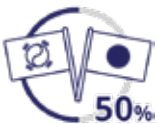


Attache plus d'importance au prix qu'à la fidélité à la marque



Préfère les achats en ligne aux achats hors ligne

Comment le shopping mobile est roi en Asie



Japon et Corée du Sud : 50 % du commerce électronique se fait via un smartphone ou une tablette

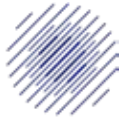


Chine : 80 % des Chinois effectuent leur shopping en ligne sur un appareil mobile



Inde : 85 % des Indiens préfèrent utiliser leur appareil mobile pour leurs achats de vêtements en ligne





Changeante, digitale, rapide







Les tendances vont et viennent, surtout dans la mode, mais leur fréquence a énormément augmenté en raison de la digitalisation.

L'industrie de la mode a perdu le rythme des collections saisonnières. La nouvelle génération du fast fashion compte 52 « micro » saisons au lieu de quatre saisons par an.

Comme les consommateurs exigent régulièrement des articles, des couleurs et des styles inédits, la rapidité de mise sur le marché est de plus en plus cruciale, ce qui entraîne une augmentation exponentielle du nombre de produits proposés et un plus grand volume de données produit à gérer.

Aujourd'hui, les dirigeants d'entreprises de mode disent de l'industrie qu'elle est « changeante », « digitale » et « rapide ».

Les perspectives optimistes de l'industrie de la mode

 <p>Valeur du marché mondial de l'habillement : 3 billions de dollars</p>	 <p>3,5 à 4,5 % de croissance attendue dans l'industrie mondiale de la mode</p>	 <p>Valeur du marché de la mode féminine : 621 milliards de dollars (plus grand sous-segment)</p>
 <p>6 à 7 % de croissance attendue pour les vêtements de sport (segment le plus dynamique)</p>	 <p>50 % des ventes de vêtements et de chaussures réalisées hors de l'UE et de l'Amérique du Nord</p>	 <p>38 % des ventes mondiales de vêtements et de chaussures en Asie-Pacifique</p>

Top 3 des régions comprenant les plus grands marchés émergents



Top 5 des entreprises de mode

INDITEX Inditex

 Nike

LVMH LVMH

TJX TJX

 Hermès



contentserv

FUTURIZE EXPERIENCES

Contentserv aide les retailers, fabricants et marques à développer des expériences produit innovantes en combinant la gestion de l'information produit (PIM), la gestion des données de référence (MDM) et la gestion de l'expérience marketing (MxM). Son objectif est de faciliter le quotidien des spécialistes du marketing et des équipes métier en leur fournissant une plateforme riche et axée sur le business, mettant l'accent sur le retour sur investissement. La technologie PIM de Contentserv est reconnue leader par Forrester Research.

Pour plus d'informations : <https://www.contentserv.com/fr/>