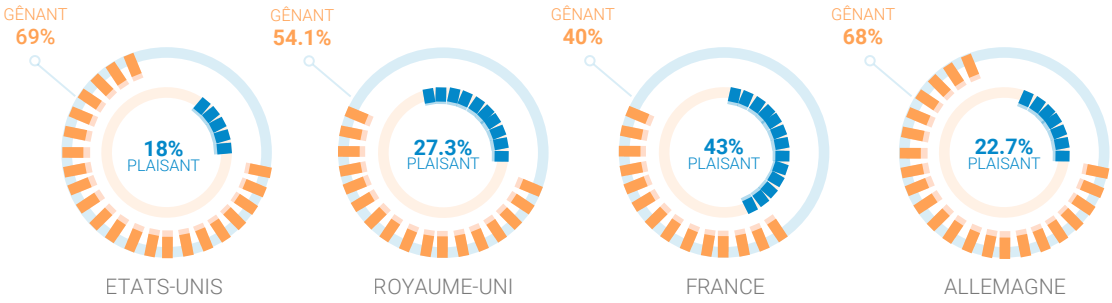
GÊNANT OU PLAISANT ?

RichRelevance a récemment interrogé +3 500 consommateurs en France, Allemagne, Royaume-Uni et Etats-Unis pour étudier leur opinion à l'égard de technologies innovantes telles que l'IA et l'usage plus large des données client pour augmenter la personnalisation de l'expérience en magasin.

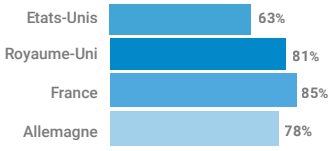
RECONNAISSANCE FACIALE

Les français les moins hostiles à la reconnaissance faciale qui les identifie comme clients fidèles et transmet leurs préférences à un vendeur



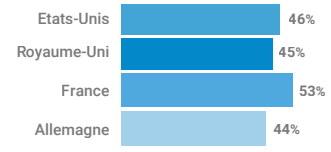
PARTAGE DE DONNÉES PERSONNELLES

Plus des trois quarts des consommateurs européens satisfaits de partager plus de données avec les détaillants si cela améliore l'expérience client



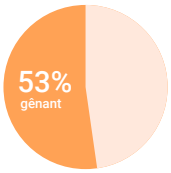
RECONNAISSANCE VOCALE

Le plus plaisant pour les américains est de chercher et commander des produits en utilisant la reconnaissance vocale



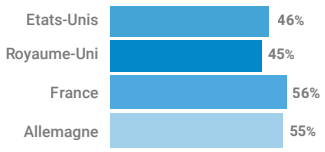
DONNÉES & IA

Le plus « gênant » pour les français: utilisation des données & l'IA pour choisir et commander des produits à votre place



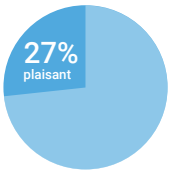
EMPREINTE DIGITALE

Technologie la plus plaisante en Europe : scanner son empreinte digitale pour payer et être livré automatiquement chez soi



CHATBOTS

Européens et américains encore réticents aux chatbots les aidant dans leurs quêtes de service client.



© 2017 RichRelevance, Inc. | All rights reserved. | www.richrelevance.fr

richrelevance