

# Alma

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Alma dévoile son nouveau guide pour optimiser les stratégies e-commerce en 2024.**



Paris, le 2 mai 2024,

Alma, la plateforme spécialisée dans le paiement fractionné et différé vient de sortir un nouveau livre blanc. Ce guide permet d'en apprendre plus sur les tendances du e-commerce pour en tirer le maximum d'avantages, en énonçant les bonnes pratiques que devraient appliquer les différents magasins en ligne.

**Ce guide répond aux problématiques auxquelles les enseignes de différents secteurs sont confrontées : Comment optimiser la communication avec les clients ? Comment mettre en place l'omnicanalité pour une expérience client fluide ? Quelles sont les méthodes pour accompagner la clientèle dans leur démarche d'achat ?**

Dans un contexte difficile pour les commerçants suite à la baisse du pouvoir d'achat mêlée à une forte inflation, les clients privilégient de plus en plus l'achat en ligne, passant par des paiements fractionnés pour satisfaire leurs envies.

Suivre les nouvelles tendances émergentes permet de rester en phase avec le marché et mieux répondre aux attentes des consommateurs. Dans ce livre blanc, Alma divulgue quelques leviers à actionner pour poursuivre sa croissance.

- **La durabilité et l'éthique :**

73% des Français se disent préoccupés par les enjeux environnementaux. Les Français aspirent à consommer moins et mieux. Ils vont avoir tendance à privilégier des options plus responsables. Mettre en avant les valeurs éthiques et durables de l'entreprise ou du produit est d'ores et déjà un pari gagnant. Aussi, de plus en plus de marques mettent en avant des éco-scores. Une bonne pratique qui devrait se répandre.

- **Le Social Commerce :**

Offrir aux consommateurs la possibilité de réaliser tout leur parcours d'achat directement sur les réseaux sociaux est aujourd'hui un réel levier de consommation. Cette tendance est particulièrement adaptée aux DNVB qui savent fédérer une communauté et qui s'adressent aux jeunes générations.

- **L'IA et la réalité augmentée :**

L'IA transforme les parcours clients, elle aide les e-commerçants à intégrer et synchroniser leurs données, systèmes et opérations à tous les points de contact. Elle favorise la personnalisation des expériences clients et génère un sentiment de proximité avec le client.

Le livre blanc d'Alma ne se contente pas seulement de mettre en lumière les tendances actuelles du e-commerce. Il va plus loin et propose une analyse approfondie des secteurs du tourisme, de la maison & jardin ainsi que de la mode. Ce focus est mené avec l'objectif de fournir des conseils pertinents et actuels sur le e-commerce, s'adaptant aux problématiques et aux leviers de croissance de ces secteurs.

*"Notre nouveau livre blanc est plus qu'un guide, il offre des stratégies concrètes pour optimiser la communication avec les clients, faciliter leur parcours d'achat et se démarquer dans un marché de plus en plus concurrentiel."*

**Joël Gaudeul - VP Marketing d'Alma**

Pour aider à relever ce défi, Alma a rédigé ce livre blanc, qui répertorie des conseils concrets pour les entreprises. Ces 11 pages offrent une vue détaillée des éléments essentiels pour valider un concept duplicable, construire les avantages compétitifs d'un commerce en ligne et accompagner efficacement les marchands dans cette démarche.

Le livre est téléchargeable gratuitement ici : <https://almapay.com/fr-FR/blog>

## **À propos d'Alma**

Fondé en 2018, Alma est le leader français des solutions de paiement en plusieurs fois et différé. Avec une approche omnicanale, l'entreprise est présente dans 10 pays européens et accompagne plus de 16 500 marchands. La mission d'Alma est de contribuer à l'émergence d'une nouvelle forme de commerce plus conscient, en créant un écosystème de produits au service des marchands. Chez Alma, nous adoptons une vision du BNPL responsable, qui lutte activement contre le surendettement et ne favorise pas la surconsommation.

Plus d'informations : [www.almapay.com](http://www.almapay.com)

## **Contact presse**

Agence Volga RP

Charlotte Mouret - 06 58 46 57 99 - [charlotte@volgarp.com](mailto:charlotte@volgarp.com)

Maxime Le Ravallec - 06 51 81 41 85 - [maxime@volgarp.com](mailto:maxime@volgarp.com)