Le consommateur multiconnecté en 2015

publié le 23/07/2015 - mis à jour le 06/08/2015

Descriptif :

Hier, c'était l'ordinateur (fixe ou portable). Depuis peu, c'est l'avènement du smartphone et des tablettes. Demain, régneront les objets connectés.

A l'horizon 2020, Le nombre d'appareils disponibles pour se relier à internet va augmenter à une vitesse exponentielle, modifiant au passage, les usages, les comportements et les rapports que le consommateur aura établi avec son environnement…

LE CONTEXTE

En 1996, 0,4% des foyers français avaient un accès Internet, contre 84% en 2015. Aujourd'hui, 8 français sur 10, s'y connectent quasiment tous les jours. 31 millions sont devenus mobinautes. L'équipement en tablettes continue sa progression : déjà 14 millions d'unités installées. Plus d'un français sur deux achète en ligne. Enfin, 51% des français prévoient d'acquérir un objet connecté à court terme.

AUJOURD'HUI

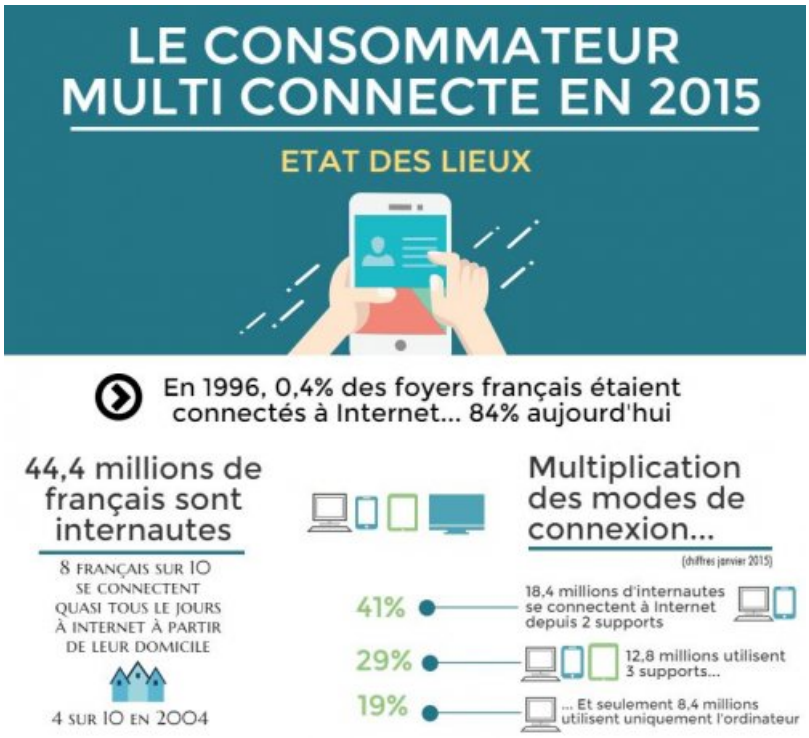
La multiplication des terminaux

Le temps où les français accédaient à internet uniquement via leur ordinateur est révolu. Leurs modes de connexion se sont fortement diversifiés. Aujourd'hui, plus de 12 millions de français se connectent à Internet depuis 3 supports (ordinateur, smartphone et tablette). En 2015, le marché absorbera 20 millions de nouveaux smartphones, 5,3 millions de tablettes, plus de 2 millions de liseuses électroniques et 1,5 million de « Wearables » (4 fois plus qu'en 2014). 8 mobinautes sur 10 iront sur Internet quasi tous les jours depuis leur smartphone. La tablette, devient l'écran privilégié pour profiter des joies du numérique après 18 heures et le weekend. Même la télévision connectée « prend racine »…

L'accès multi-écrans devient la norme pour consommer, partager, interagir ou se divertir…

La diversification des lieux de connexion et des usages…

Avec le développement des appareils connectés, l'internaute multiplie les voies d'accès à ses centres d'intérêts (réseaux sociaux, informations, réservations, shopping…). Omniconnecté, son processus d'interactions devient quasi permanent.
Il peut par exemple, commencer son parcours client sur son ordinateur, poursuivre cette expérience dans son salon avec sa tablette et finaliser l'achat sur son mobile, couché dans son lit. Il peut aussi entamer une recherche d'informations sur un produit dans une rame de métro, un bus ou un tramway, vaquait à ses occupations, reprendre cette tâche, le soir en rentrant chez lui… Tout laisser en l'état et utiliser quelques jours plus tard, son ordinateur pour lire des avis sur internet et finalement ne pas acheter le produit en ligne mais en magasin…
Plus de 7 achats sur 10 commencent sur un appareil et se terminent sur un autre…



Extrait de l'infographie

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.