



Les conseils pour anticiper Noël pour les retailers

publié le 09/09/2015

Descriptif :

Dans le cadre de sa certification Google Partners, Tube2Com bénéficie en avant première d'études de marché en provenance directe de Google et propose l'étude sur les comportements d'achat pour Noël 2015.

Pourquoi c'est si important ?

Même si les dépenses moyennes des foyers français se sont tassées en 2014 avec une chute de 4,5% par rapport en 2013, les achats sur Internet au moment de Noël sont toujours aussi nombreux et représentent 1/3 des achats réalisés.

En parallèle de ces 1/3, il faut également prendre en compte tous les achats en magasins qui ont été influencés par votre présence en ligne ! **L'importance d'être visible et efficace sur le web à l'approche des fêtes est renforcée par le comportement des consommateurs qui préparent de plus en plus leurs achats, qu'ils soient on ou offline.** Les recherches sont en effet en augmentation de 15% d'une année sur l'autre et il y a fort à parier que cette tendance s'observe également pour Noël 2015.

La période des fêtes présente 4 challenges pour les retailers



Période des fêtes et challenges pour les retailers



**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.