

NOËL SE FÊTE ONLINE



LES FRANÇAIS ET NOËL

DES DÉPENSES AU RENDEZ-VOUS¹

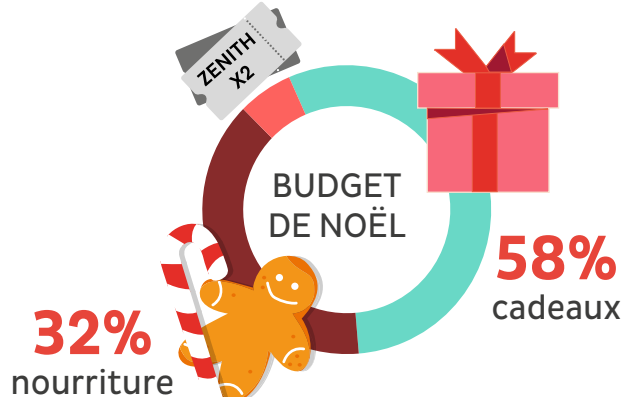


518€

dépensés par foyer en 2014

1/3 DES ACHATS SONT RÉALISÉS SUR INTERNET

10% divertissement



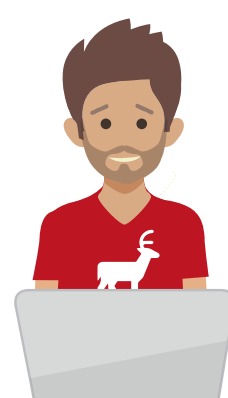
NOËL SE PRÉPARE EN LIGNE

Parmi les acheteurs²

81%

cherchent des promotions

76% privilégient la livraison gratuite



60% sont sensibles aux incitations d'achat

20% DES TRANSACTIONS EN MAGASINS SONT PRÉCÉDÉES PAR DES RECHERCHES ONLINE³

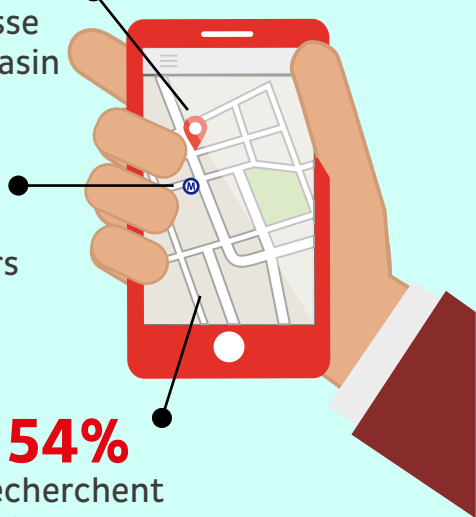
LE MOBILE, UN DEVICE CLEF EN DRIVE-TO-STORE⁴

60%

recherchent l'adresse du magasin

53%

recherchent l'itinéraire vers le magasin



54%

recherchent des horaires d'ouverture

50%

des individus effectuent une visite en magasin après une recherche mobile³



UN ENJEU DE PROXIMITÉ...
ET UN COMPAGNON D'ACHAT INCONTOURNABLE POUR VOS CLIENTS !

LES ACHATS RYTHMÉS PAR DES TEMPS FORTS

LE BLACK FRIDAY* S'AFFIRME EN FRANCE



x 2,4

augmentation requêtes entre 2013 et 2014 pour Black Friday⁵

373 MILLIONS D'EUROS

de volume d'achat pendant le Black Friday et le Cyber Monday*⁶

+ 27%

de ventes réalisées lors du Black Friday vs autres vendredis de l'année 2014⁶

10 JOURS AVANT NOËL : UNE DERNIÈRE LIGNE DROITE À NE PAS NÉGLIGER¹



2,4 milliards d'euros dépensés

+ 12% de volume d'achat réalisé par jour

LA PUB ONLINE FAIT LA DIFFÉRENCE

UN IMPACT À NE PAS NÉGLIGER

75% DES CLIENTS SONT INFLUENCÉS PAR LA PUBLICITÉ ONLINE²



77% sur le type de cadeau offert

76% sur le choix de la marque achetée

76% sur le lieu d'achat

LA VIDÉO POUR OPTIMISER VOTRE PRÉSENCE ONLINE



78%

des futurs clients sont influencés par les contenus YouTube ou les bannières search (vs 64% pour les spots TV)²

VIDÉOS UNBOXING/HAUL**



30 millions de vues⁷

Un format idéal pour booster la visibilité de votre marque !

ANNONCEURS, RELEVEZ LE CHALLENGE DE LA PÉRIODE DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Sources :

*Black Friday/Cyber Monday : jours de soldes post Thanksgiving ; **unboxing = déballage de colis/cadeaux ; haul = présentation d'achats ou cadeaux
1. Rapport Deloitte - Étude de Noël 2014 (chiffres France) ; 2. Think with Google - Getting to know your customer octobre 2013 ; 3. Données internes Google, Ipsos Media CT, Sterling Brands: Digital Impact on In-Store Shopping, octobre 2014 ; 4. Données Internes Google, Understanding Consumers' Local Search Behavior, 2014 ; 5. Volume de requêtes indexées sur un panier de mots de la catégorie "Black Friday", tous appareils, Google FR - novembre 2012 à décembre 2014 ; 6. Étude WebLoyalty décembre 2014 - Center for Retail Research 2015 (CA réalisé en France) ; 7. Google trends - période 2011 - 2014.