

Cashstore.fr enregistre un top départ des soldes explosif après un Noël relativement satisfaisant (+10% vs 2008 malgré un panier moyen en forte baisse).

Cinq heures après l'ouverture officielle des soldes d'hiver, Cashstore.fr, le site qui fait gagner de l'argent pour ses achats chez 500 marchands, observe quatre grandes tendances.

Communiqué - Paris, le 7 janvier 2009

Dès 8 heures, c'est la bousculade, façon « ouverture de magasin »

Mieux qu'une session de rattrapage après un Noël sans grand éclat, c'est un **démarrage en trombe !** Avant huit heures du matin, Cashstore.fr enregistrait sur son site une hausse de trafic inédite : **+120 % de visiteurs uniques par rapport à la veille (vs +65% en 2008).**

Catherine Barba, Présidente et Fondatrice, confie : « *Dans le contexte actuel – sans même parler du froid, cette formidable ruée était à prévoir : depuis plusieurs jours, nombre de nos marchands partenaires proposaient un repérage de leurs meilleures affaires et la possibilité de pré-remplir ses paniers soldés. La perspective de cumuler ces prix cassés avec des gains supplémentaires en cash a évidemment motivé les membres de Cashstore, e-shoppers avertis, à en profiter dès la première heure.* »

Boulimie de visites chez les marchands offrant des démarques jusqu'à -90%

Pour la première fois cette année, les soldes se sont ouverts sur des démarques allant jusqu'à -90% sur des sites comme Rueducommerce ou PriceMinister qui lançait ce matin son opération «la fête des radins ». Résultat : depuis Cashstore.fr, **les internautes se sont rendus en moyenne pendant la matinée sur pas moins de 6 sites !**

Au palmarès des univers les plus visités par les membres Cashstore : les sites de mode (3Suisse, Redoute, 24h00.fr, Winaretta), électronique grand public (PIXmania, RueduCommerce, Fnac.com) et équipement de la maison (Mistergooddeal, Delamaison, Decoclico, Discounteo).

Les soldes génèrent de nouveaux clients : la fin des acheteurs 'monomaniaques' ?

Autre constat : **la première matinée de soldes a fait bouger la topographie de la base Cashstore.** « *Depuis des années, alors que les acheteuses découvrent plus volontiers de nouveaux sites au gré des promotions, près de 30% de nos membres masculins étaient identifiés comme 'monomaniaques', c'est-à-dire présentant un indéfectible attachement à une enseigne unique. Or, ce matin, nous avons constaté des premiers achats en masse chez Mistergooddeal, PriceMinister ou Rueducommerce de la part d'acheteurs qui jusque là n'avaient été actifs que sur un seul autre marchand. Les soldes font bouger les lignes !* » se réjouit Catherine Barba.

Un meilleur taux de transformation : le challenge 2009

Dernier constat : **le taux de transformation est supérieur à celui des soldes 2008.** Si en période de soldes, la transformation entre les visites générées chez les marchands depuis Cashstore et les ventes est supérieure à celle du reste de l'année, ce matin le record a été battu avec une hausse de 20% par rapport à l'an dernier (18% de transformation vs 15% pour le premier jour de soldes 2008). « *Cette belle performance s'explique par l'attrait du cash back en période de crise, autant que par le soin avec lequel marchands et consommateurs ont préparé ces soldes : repérages organisés, très fortes remises, bonne communication des enseignes, clarté de la présentation des produits...* » indique Catherine Barba.

Néanmoins, la transformation entre visiteurs et acheteurs reste le talon d'Achille des acteurs de la vente en ligne ; convaincue que c'est « *pourtant de là que viendra la rentabilité du e-commerce* », Catherine Barba a choisi de lancer Malinea Conseil, agence dédiée à l'optimisation des taux de transformation.

[A propos de Cashstore.fr](#) : édité par Malinea depuis 2004 en France et 2008 en Espagne, Cashstore est le guide de shopping offrant du cash back, partenaire de 500 e-marchands leaders (Redoute, Sephora, Voyages SNCF, Carrefour, PriceMinister...) et utilisé par 500 000 internautes, dont 70% de femmes.