

Tradedoubler présente son livre blanc « *Appareils mobiles et comportement utilisateur* »

Influence des appareils mobiles sur le parcours m-commerce

Paris - le 13 décembre 2012 - À l'approche des fêtes de fin d'année, annoncées comme la période la plus importante de l'année pour le marché du m-commerce, Tradedoubler, entreprise leader du marketing et des solutions digitales à la performance, dévoile les conclusions d'une nouvelle étude européenne* mettant en avant l'évolution du comportement des mobinautes dans son livre blanc « *Appareils mobiles et comportement utilisateur* ».

En démontrant que les appareils mobiles influencent les consommateurs dans leur acte d'achat*, le livre blanc Tradedoubler a pour vocation d'aider les entreprises commerçantes à appréhender l'influence de ces outils pour mieux orienter leurs stratégies marketing et leurs investissements.

« Notre étude montre que le parcours des consommateurs avant d'effectuer un achat sur leur appareil mobile peut s'apparenter au tracé d'un labyrinthe », souligne **Pascal Gayat, Directeur Régional Tradedoubler France**. « Il est donc essentiel de comprendre comment différents appareils mobiles et systèmes d'exploitation influencent le comportement des consommateurs, de leur recherche initiale à l'acte d'achat », ajoute-t-il.

« Par exemple, contrairement aux utilisateurs expérimentés d'iPhone, bon nombre des propriétaires d'un téléphone Android utilisent un smartphone pour la première fois. Toutefois, étant donné la part de marché croissante de cette plate-forme, il deviendra de plus en plus important de communiquer efficacement avec ces utilisateurs », poursuit **Pascal Gayat**.

* Dans le cadre de cette étude, plus de 2 000 utilisateurs de smartphones ont été interrogés en Allemagne, en France, au Royaume-Uni et en Suède.

Le comportement des mobinautes passé au crible

Avides de bonnes affaires et de bons plans, les détenteurs d'iPhone utilisent leurs applications mobiles avant un achat pour pouvoir effectuer le meilleur choix. L'enquête a en effet révélé que **75% des propriétaires d'iPhone utilisent quotidiennement des applications et 28% d'entre eux recherchent des bons et coupons de réduction au moins une fois par semaine :**

- 25% d'entre eux recherchent des bons utilisables en magasins depuis leur iPhone
- 22 % reçoivent des offres spéciales adaptées au lieu où ils se trouvent grâce à technologie de la géolocalisation
- 23 % stockent des offres quotidiennes sur leur iPhone et 20 % utilisent leur téléphone comme une carte de fidélité

Inconditionnels de la recherche sur mobile, ce sont les utilisateurs d'iPhone qui utilisent le plus leur téléphone pour accéder à Internet chaque jour (80%), rechercher de nouveaux produits chaque semaine (46 %) et effectuer des achats au moins une fois par semaine (20 %).

Les utilisateurs de BlackBerry se placent quant à eux en seconde position par rapport aux utilisateurs d'iPhone car ils consacrent moins de temps à la recherche depuis leur mobile :

- 31 % s'y adonnent au moins une fois par semaine
- 13% d'entre eux recherchent des bons et coupons de réduction au moins une fois par semaine avec leur BlackBerry

La tablette, outil majeur de la recherche depuis mobile

L'évolution positive des ventes de tablettes, en constante progression, complexifie la compréhension du marché mais favorise également la recherche depuis cet outil mobile :

- Parmi les propriétaires de smartphones, **23 % possèdent déjà une tablette, et 36 % prévoient d'en acheter une en 2013.**
- Les propriétaires de tablettes sont plus susceptibles de transformer une recherche depuis cet outil en achat : ils sont **effets 35 % à privilégier leur tablette pour l'achat d'un produit**
- Ils sont aussi beaucoup plus susceptibles d'acheter des articles plus coûteux: **près d'un utilisateur de tablette sur cinq (18 %) a dépensé plus de 600 € dans le cadre d'une seule transaction.**

Les sites mobiles, un enjeu important pour cibler un large public

Un site mobile efficace est essentiel pour les commerçants qui souhaitent s'adresser à un large public. Les détenteurs d'Android sont en effet les plus susceptibles de rechercher des offres sur le navigateur de leur appareil mobile: 19 %, contre 9 % qui utilisent des applications.

Privilégier un espace sur les sites de comparaison des prix, offrant une intégration étroite avec les applications de codes-barres, se révèle pertinent pour influencer les décisions d'achat de cette cible de mobinautes.

Le m-commerce, nouvel enjeu des commerçants pour s'adapter à l'évolution des attentes et des besoins des consommateurs

Avec la publication de son livre blanc « *Appareils mobiles et comportement utilisateur* », Tradedoubler invite les marques et les revendeurs qui cherchent à exploiter le potentiel du m-commerce à adopter une approche intégrant les canaux de distribution on et off-line avec des sites Web optimisés pour les appareils mobiles et des programmes d'affiliation bien suivis. Ceux-ci doivent être renforcés par des offres spéciales quotidiennes, des codes promotionnels et d'autres initiatives de marketing à la performance pertinentes pour développer les ventes.

« *Compte tenu des différents comportements des mobinautes selon l'outil utilisé, les annonceurs ont deux options pour l'élaboration d'une stratégie mobile de marketing et de solutions digitales à la performance : cibler les groupes qui achètent le plus avec leur appareil mobile ou élaborer une stratégie viable sur tous les appareils et canaux en esquivant les restrictions et les aspects frustrants de certaines plates-formes. Nous pensons qu'avec des investissements bien ciblés, les marques et les revendeurs peuvent combiner ces deux options* », déclare **Pascal Gayat, Directeur Régional Tradedoubler France**.

Pour recevoir le livre blanc Tradedoubler ou pour toute demande d'interview d'un porte-parole Tradedoubler, merci de contacter l'agence influelse :

Mélissa Ouakrat - Yasmine Ibayi

Tel : 01 53 72 42 61 - Portable : 07 61 09 23 04

mouakrat@influelse.fr - yibayi@influelse.fr

Et pour plus d'informations concernant Tradedoubler, rendez-vous sur www.tradedoubler.com

A propos de Tradedoubler :

Tradedoubler est une entreprise leader de marketing digital à la performance et de solutions technologiques.

Fondée en 1999 en Suède, Tradedoubler est une entreprise pionnière de l'affiliation à travers l'extension de son réseau pan-européen. Tradedoubler accompagne 2 000 annonceurs dans le développement de leurs stratégies d'affiliation e-commerce et m-commerce grâce à un réseau de 140 000 sites éditeurs et fut la première à proposer une offre intégrée pour aider les annonceurs à étendre leurs programmes en touchant également les utilisateurs mobiles. Tradedoubler collabore de manière très privilégiée avec chacun de ses clients, en les aidant à générer des revenus à l'échelle nationale et internationale. Parmi les annonceurs de Tradedoubler : 3Suisses, Cdiscount, SFR, Dell, Disney, Expedia ou Accorhotels. L'action est cotée sur le Nasdaq OMX à la Bourse de Stockholm.