

## Achats en ligne Le mobile utilisé par 21% des cyberacheteurs

Si l'ordinateur reste le premier support utilisé pour réaliser ses achats en ligne, smartphones et tablettes tirent leur épingle du jeu. L'étude Médiamétrie/NetRatings<sup>1</sup> pour Weblyalty révèle que 21% des cyberconsommateurs ont utilisé un produit mobile pour leurs achats au cours des 6 derniers mois.

Selon l'étude, 12% des cyberacheteurs déclarent avoir acheté via leur téléphone mobile au cours des 6 derniers mois ; 6% directement sur un site internet et 6% via une application mobile.

Les tablettes, apparues plus récemment, sont utilisées par 9% des acheteurs sur Internet (6% sur un site Internet et 3% via une application).

Si l'ordinateur reste le principal support utilisé pour effectuer les achats, le smartphone et la tablette sont d'autant plus utilisés par les cyberacheteurs fidèles à un site de e-commerce et les amateurs de cashback.

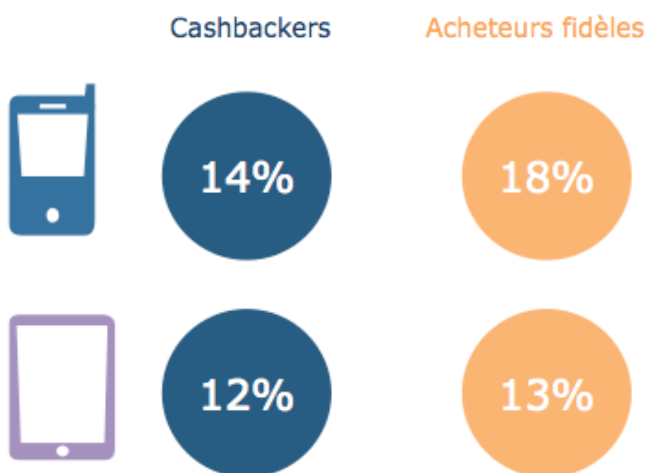
L'étude montre, en effet, que 26% des cashbackers et 31% des acheteurs fidèles utilisent leur smartphone et/ou leur tablette pour consommer sur Internet.



Du 24 au 26 septembre, Weblyalty participera à la 10<sup>e</sup> édition du salon E-commerce Paris 2013.

Plus grand événement d'Europe consacré au e-commerce et au cross-canal, le salon abordera entre autres les sujets de l'optimisation de la relation client, l'engagement, le recrutement et la fidélisation des clients.

Weblyalty y valorisera son offre de génération de revenus additionnels pour les e-commerçants (monétisation des pages de sortie des sites).



<sup>1</sup> Source : Etude 2013 « Achat en ligne, fidélisation et cashback » 1 709 répondants en moyenne de 18 ans et plus (par Médiamétrie//NetRatings pour Weblyalty France).

**Rodolphe OULMI, Directeur développement Webloyalty France**, commente : « *Le smartphone et la tablette modifient les modes de consommation des cyberacheteurs. L'achat et sa préparation se font plus instantanément, plus librement et plus simplement notamment grâce aux applications mobiles. Cette tendance ira inévitablement en s'accroissant dans les prochaines années mais les e-commerçants doivent s'adapter dès aujourd'hui à cette évolution* ».

#### **A propos de Webloyalty**

Créée en 1999 aux États-Unis, Webloyalty est spécialisée dans la génération de revenus additionnels pour les e-commerçants. Webloyalty présente un business modèle performant pour monétiser les pages de sortie des sites de e-commerce en ligne et ainsi acquérir un revenu complémentaire significatif, tout en stimulant le ré-achat de leurs clients. <http://www.webloyalty.fr/>

#### **Contacts presse : Profile PR**

Nicolas Brodriez – Mathilde Ozanne  
nbrodriez@profilepr.fr - mozanne@profilepr.fr  
01 56 26 72 29 – 01 56 26 72 38