

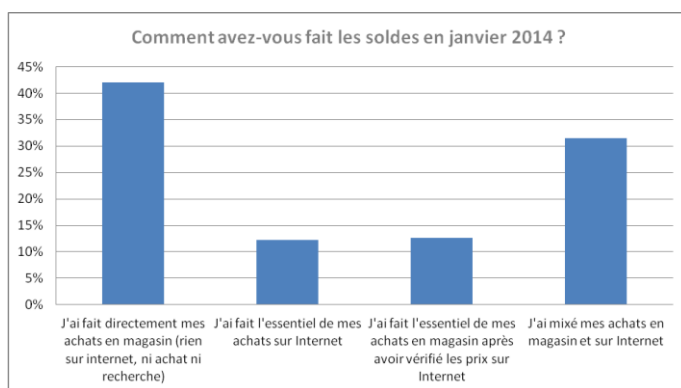
Baromètre Yuseo sur le comportement des internautes pendant les soldes

Des chiffres qui reflètent l'érosion du pouvoir d'achat des français

Les ventes en ligne ne cessent de progresser. En 2013, les Français ont réalisé plus de 600 millions de transactions en ligne sur l'année pour un montant de 51,1 milliards d'euros selon la Fevad. Yuseo, spécialiste de la connaissance digitale client, a réalisé un baromètre sur le comportement des cyberacheteurs français pendant les soldes de janvier 2014, sous le signe d'un contexte économique dégradé mais aussi de nouveaux usages.

L'enquête a été menée du 21 mars au 2 avril 2014 auprès de 5 570 internautes.

12% des cyberacheteurs ont fait les Soldes uniquement sur Internet



Environ 80% des personnes interrogées ont fait les soldes en janvier 2014 parmi lesquelles seules 12% ont réalisé l'essentiel de leurs achats sur Internet, ce qui montre que le point de vente physique reste encore largement présent dans l'acte d'achat.

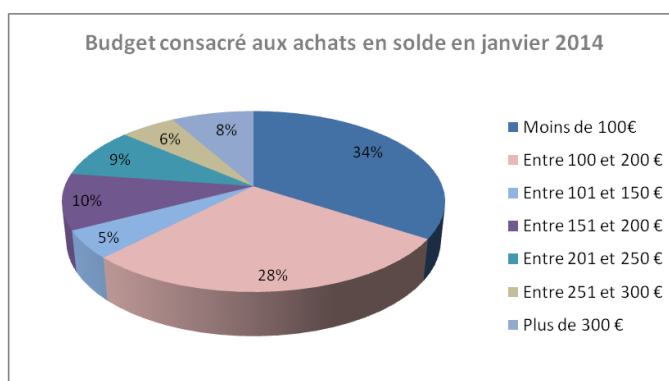
17% des hommes ont fait essentiel de leurs achats en magasin après avoir vérifié les prix sur Internet contre 11% des femmes.

L'étude de Yuseo révèle que 35% des sondés ont dépensé moins que lors des soldes précédentes, 29% ont dépensé autant et seuls 16% ont dépensé plus. Au final, 72% des répondants ont retardé leurs achats les semaines avant les Soldes pour les produits qui les intéressaient.

45% des sondés n'ont pas fait les soldes en raison de leur budget

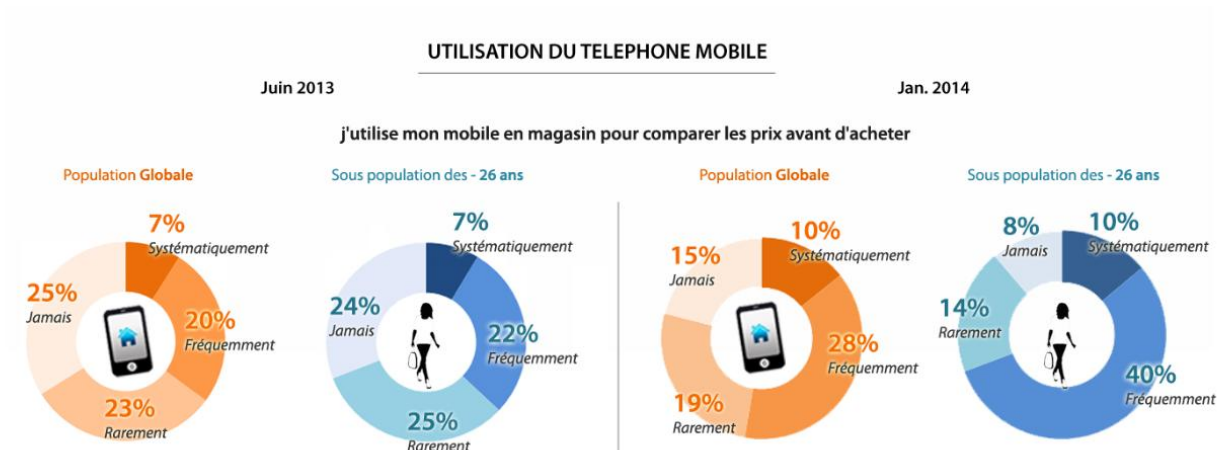
L'enquête Yuseo montre qu'en dessous d'une remise proposée de 50%, 65% des répondants ne considèrent pas faire une bonne affaire. 34% des cyberacheteurs interrogés ont consacré un maximum de 100€ alors que 23% ont dépensé plus de 200 €.

Concernant les raisons pour lesquelles les personnes n'ont pas fait les soldes, arrive en tête « le manque de budget » (45%), notamment chez les femmes et chez les 30-39 ans. Les sondés ont également évoqué des « soldes pas/peu intéressantes » (32%), « une volonté de ne pas attendre les soldes lorsqu'un produit fait envie » (13%) ou encore « une préférence pour les ventes privées » (4%).



Si la plupart des achats de produits soldés se fait encore au final en magasin (55%), on observe que **de plus en plus de consommateurs consultent leur smartphone en magasin pour comparer les prix avant d'acheter**. Une tendance plus forte auprès des moins de 26 ans. Parmi ces derniers, 40% utilisent fréquemment leur mobile lors de leur visite en magasins. Un nouveau réflexe qui devrait continuer d'augmenter.

Les e-commerçants doivent donc porter une attention particulière à l'expérience de navigation des utilisateurs sur le mobile.



Yuseo : au cœur de la connaissance digitale client – l'analyse comportementale au service du Marketing

Fondée en janvier 2001, Yuseo est spécialisée en ergonomie des systèmes interactifs, leader indépendant dans son domaine en France. Au cœur des enjeux de satisfaction, fidélisation et image, Yuseo réalise des études comportementales sur différents canaux digitaux (Internet, SVI, Mobiles, Tablettes, Logiciels,..) pour délivrer des recommandations opérationnelles d'optimisation de leur performance. Yuseo dispose d'un positionnement unique et reconnu (OSEO, JEI, Lauréat PM'UP) reposant sur ses outils propriétaires d'analyses comportementales quantitatives (WebBehave et Yuscard) développés par une équipe interne R&D. Porte parole indépendant des utilisateurs, la proposition de valeur de Yuseo permet de coupler et de tirer meilleur parti du quantitatif et du qualitatif pour une meilleure connaissance client.

Plus de détails sur www.yuseo.com

Contacts presse

OXYGEN : Clara Gérault / Maëlle Garrido
01 41 11 37 77 / clara@oxygen-rp.com