

**À l'occasion du Salon ad tech Paris 2009  
WebTrends présente les résultats de son étude  
européenne sur le Black Marketing**

**Le ralentissement économique intensifie les activités de  
marketing en ligne**

**Selon la 2<sup>ème</sup> étude européenne de WebTrends sur le Black Marketing, les entreprises ont compris la nécessité d'améliorer les outils d'analyse pour dynamiser les ventes en période économique difficile.**

Paris, France – 6 Avril 2009 - WebTrends, le leader des outils d'analyse Web et de solutions marketing en ligne, publie à l'occasion du salon ad tech les résultats de son étude européenne 2009. Ce rapport intitulé « Analysis V Action », constate que 42% des entreprises françaises interrogées considèrent le marketing en ligne comme un élément essentiel pour surmonter les difficultés liées au ralentissement économique. Le rapport estime également que 42% des entreprises françaises pensent que des analyses web plus sophistiquées permettraient d'augmenter les ventes en ligne. Lorsqu'il s'agit de ROI, celui constaté par le marketing en ligne est largement positif. En effet 58% des entreprises interrogées sont satisfaites, voire très satisfaites du ROI. Ce pourcentage atteint 69% dans les métiers qui l'utilisent.

**L'échantillon de l'étude**

L'étude « Anaysis V Action », réalisée fin 2008, est basée sur les interviews de 300 Directeurs Marketing Internet d'entreprises de plus de 250 salariés. 50 interviews téléphoniques ont été menées dans chaque pays étudié : Angleterre, Allemagne, Australie, France, Italie et Suède. C'est la seconde étude conduite par Loudhouse Research, Institut indépendant de recherche, sous l'impulsion de WebTrends. « *Alors que le e-commerce se développe très rapidement, le besoin de connaissance des comportements des internautes ne s'est jamais autant fait ressentir. Les départements marketing sont sous pression pour prouver leur légitimité à leur organisation* » indique Jacques Toledano Directeur Commercial Europe du Sud de WebTrends.

L'échantillon des secteurs étudiés est réparti de la manière suivante :

Industries de transformation : 18% ; la grande distribution : 17%, services financiers :13%, les services aux entreprises : 12%, IT :11%, Marketing & Medias : 10%, secteur des loisirs :9% ; Telecoms : 8% ; divers : 4%.

## **Les Résultats en France**

*"Le marché français est incroyablement réactif quand il s'agit de l'analyse Web", explique Jacques Toledano, Directeur Commercial Europe du Sud de WebTrends. "Les Entreprises françaises sont conscientes de la nécessité de consacrer moins de temps à leurs données en ligne et plus de temps à l'analyse de leur mise en pratique. De par notre expérience, les entreprises qui utilisent une analyse sophistiquée pour influencer leurs stratégies de marketing en ligne, obtiennent plus de succès que les autres".*

Plongeant au cœur des entreprises françaises, le rapport montre comment elles ont envie de mieux interagir avec leurs clients par le biais de canaux en ligne, y compris la publicité en ligne. En France, la publicité sur internet devrait augmenter d'environ 10% selon les études récentes. L'enquête WebTrends montre que pour 67% des entreprises françaises la publicité en ligne est importante dans la création de trafic sur un site web, un point de vue qui correspond à la croissance attendue de la publicité sur internet.

*"Pour les entreprises françaises, nouer des relations significatives en ligne avec leurs clients est très important. Elles sont prêtes à essayer de nouvelles tactiques, explorer de nouvelles possibilités avec la publicité en ligne et sont particulièrement réceptives pour des stratégies en ligne très développées pour rencontrer et comprendre leurs clients" poursuit Jacques Toledano.*

## **Les outils et secteurs privilégiés du Marketing en ligne**

Ceux-ci ont sans aucun doute beaucoup évolué. Quatre d'entre eux sont les plus fréquemment utilisés e-mails publicitaires pour 50%, la Publicité en ligne pour 40% et l'analyse Web arrive en 3<sup>ème</sup> position avec 39% devant les moteurs de recherche avec 38%. De nouveaux moyens tels que Blogs, Forums, twitters apparaissent. Par ailleurs 79% des personnes interrogées qui utilisent l'analyse web en sont satisfaits au niveau global quand il s'agit de la France on arrive à 56% alors que 11,6% du budget marketing total sont investis dans le marketing en ligne.

## **Autres résultats significatifs de l'étude concernant la France**

- 28 % des dépenses sont passées des médias traditionnels vers le Marketing en ligne.
- 44% des entreprises interrogées en France accordent une grande importance à l'analyse des données générées par leur site web ou au marketing en ligne dans l'aide à la prise de décisions.
- 54% d'entreprises françaises pensent que l'information générée par l'analyse web permet de faire évoluer les pratiques commerciales
- 53 % d'entreprises interrogées ont établi que la publicité en ligne génère davantage de visites sur les sites et 48% sont convaincus que la publicité en ligne génère du CA
- 36% des entreprises françaises interrogées utilisent les solutions d'analyse web.

En conclusion, Jacques Toledano indique « *Internet reste un axe de développement important avec des budgets renforcés. Le Web Analytique apporte une bonne appréciation pour le ROI. Le staff qualifié est l'un des principaux freins au développement. En effet ce manque de savoir-faire n'est pas assez pris en compte par les Directions générales.* »

**NB : Etude Complète disponible à la demande**

### **WebTrends Inc en bref**

WebTrends fournit des solutions d'analyses Web pour les directions marketing qui cherchent à améliorer leur site web et à mesurer le retour sur investissement de leurs campagnes en ligne. WebTrends Marketing Lab fournit des solutions d'analyse, des solutions pour l'optimisation des publicités en ligne et des solutions pour l'analyse fine des visiteurs afin de capter des clients et cibler les objectifs marketing. Des milliers d'entreprises dans le monde ont déjà retenu les solutions de WebTrends et ses services d'expertise conçus pour optimiser leurs initiatives marketing telles que General Mills, HSBC, Microsoft, Reuters et Ticketmaster...

Pour plus d'informations, visitez le site [www.webtrends.com](http://www.webtrends.com).

*WebTrends est une marque déposée de WebTrends Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques appartiennent à leur propriétaire respectif.*

*Contact presse :*

*Agence MP Conseil : Michelle Pilczer*

*Tél : 01 47 10 94 94 ; [mpilczer@mpconseil.com](mailto:mpilczer@mpconseil.com)*