

Électronique grand public : toucher les acheteurs dans les moments qui comptent



JE CHERCHE DES IDÉES

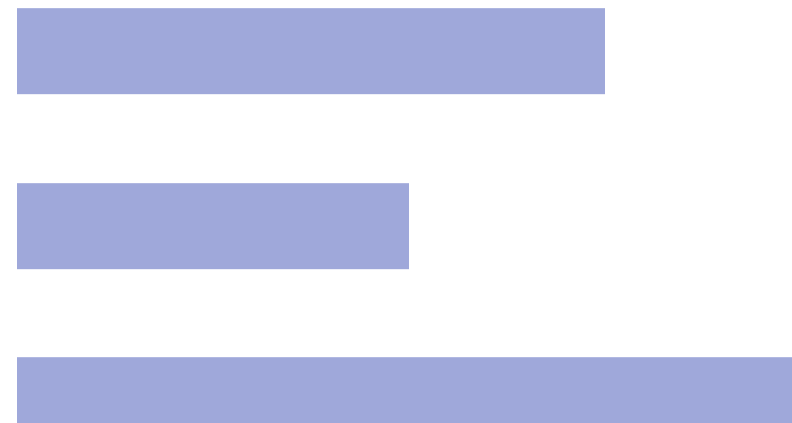
Le digital est une source d'inspiration pour les m-shoppers d'électronique grand public. Pour s'inspirer avant d'acheter :



68% vont sur YouTube¹

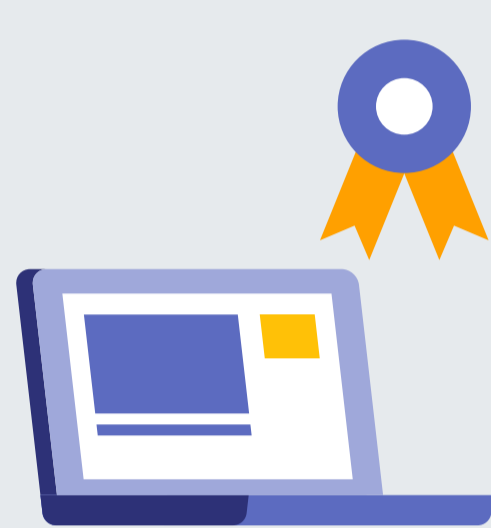
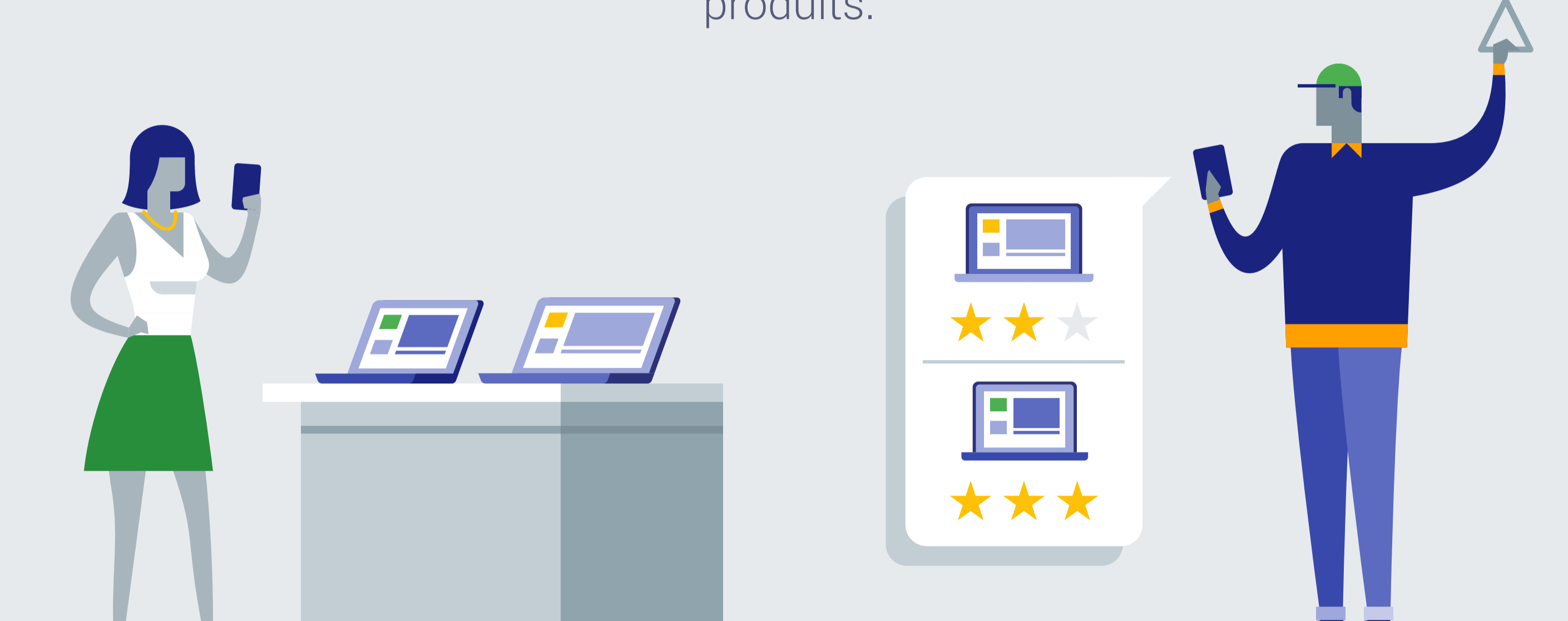
45% consultent des blogs²

84% effectuent une recherche sur Google³



LEQUEL EST LE MEILLEUR ?

Qu'ils soient en magasins ou en mobilité, les consommateurs utilisent leur smartphone pour comparer prix, marques et produits.



Lequel me convient le mieux ?

80% des m-shoppers achètent le produit d'électronique grand public convoité auprès d'un autre retailer ou d'une autre marque après avoir fait une recherche sur Google.⁴



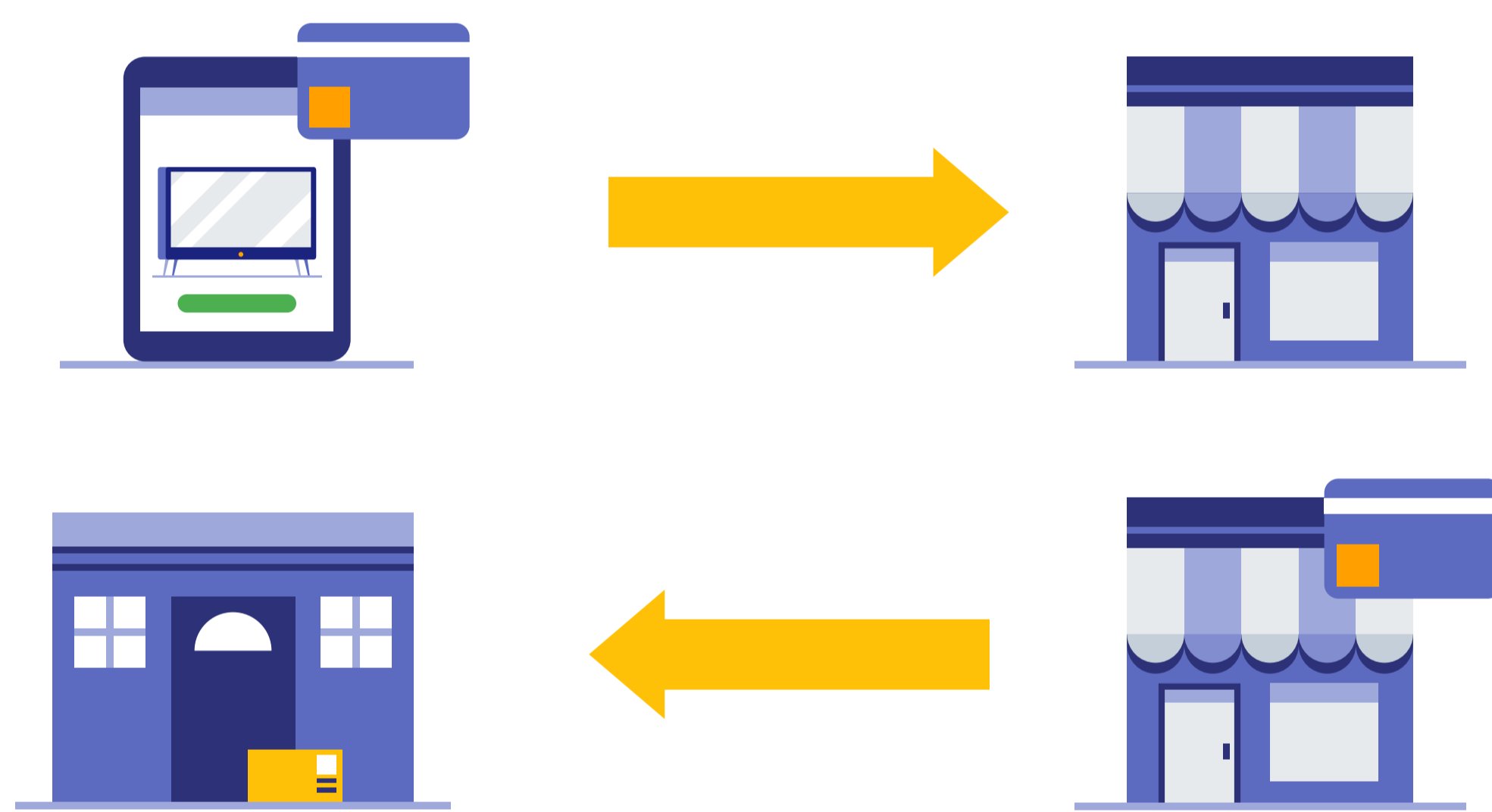
Est-ce que je bénéficie du meilleur prix ?

Les requêtes liées au prix et aux offres spéciales sur mobile ont augmenté de plus de 40% en un an.⁴

JE VEUX ACHETER

Le mobile offre plus d'options pour acheter où et quand ils le veulent. Parmi les m-shoppers de produits d'électronique grand public :

79% attendent du retailer qu'il leur propose différents modes d'achat sur mobile (online, achat online avec retrait en magasin ou en magasin avec livraison à domicile).⁶



72% se sont rendus en magasin pour voir un produit avec l'intention de l'acheter online.⁷

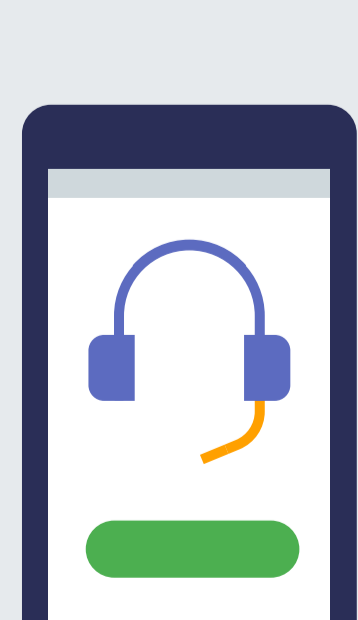


43% ont déjà acheté des produits sur smartphone tout en les étudiant en magasin.⁷



COMMENT RÉGLER UN PROBLÈME ?

Les consommateurs attendent des marques qu'elles restent présentes après l'achat.



Les recherches sur mobile liées au dépannage, à la réparation et au service client ont augmenté de plus de 40% en un an pour les produits d'électronique grand public.⁹

SOURCES

1, 2, 3, 4, 6, 7, 8

Google/Euromonitor International, étude sur les micro-moments menée auprès de 500 acheteurs sur smartphone (produits électroniques grand public) aux États-Unis, juin 2016.

5, 9

Données Google pour les États-Unis, comparaison entre janvier-octobre 2015 et janvier-octobre 2016.