

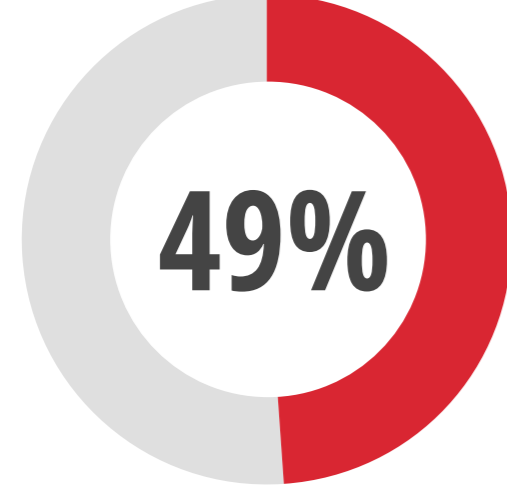
# LES MOMENTS CLEFS POUR LES MAMANS SUR YOUTUBE

Les mères de famille sont adeptes de la vidéo en ligne. Qu'elles souhaitent faire un achat, satisfaire un besoin précis ou simplement se détendre, elles se rendent sur YouTube. Découvrez nos nouveaux insights sur l'utilisation de YouTube par les mères de famille, dans les moments qui comptent pour elles.

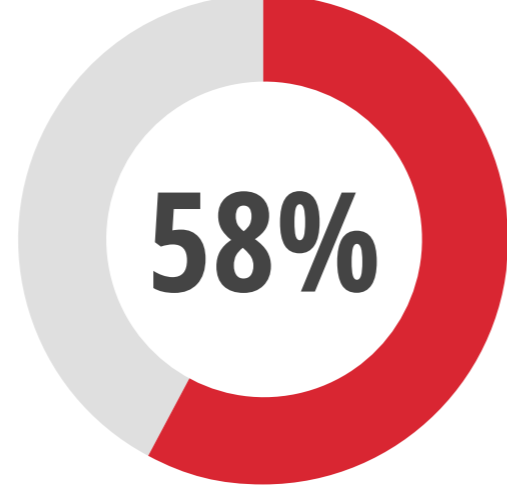
## LES MOMENTS POUR MOI JE VEUX ME DÉTENDRE



Quand les mères se rendent sur YouTube elles...



veulent se divertir



souhaitent se relaxer



## SUPER MAMAN JE M'OCCUPE DE MA FAMILLE



Les mères se rendent sur YouTube...

faire plaisir aux enfants **30%**

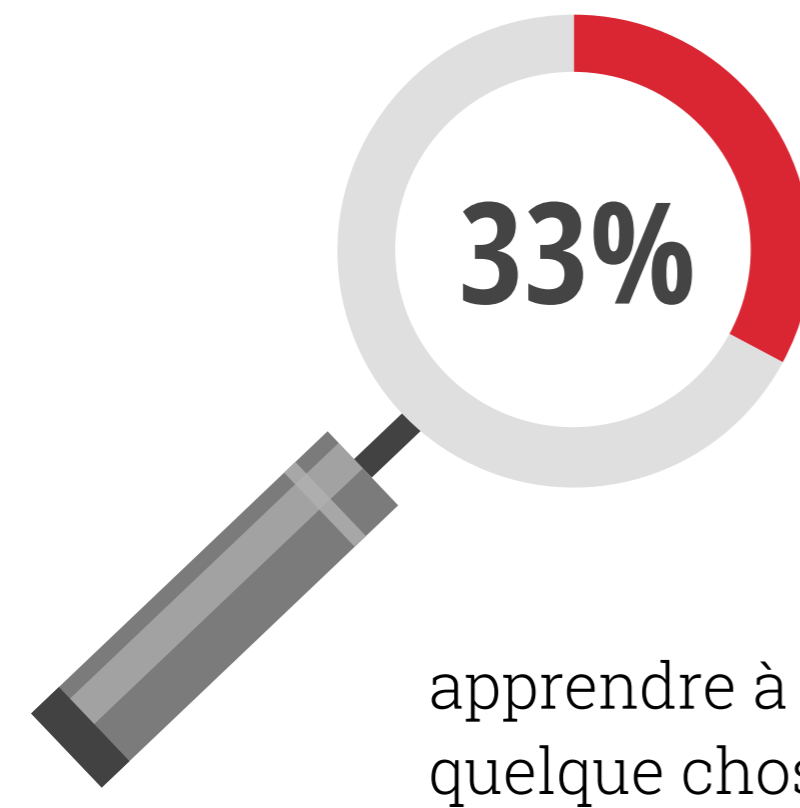
regarder des tutos déco, DIY, jardinage **28%**



## EXPLORATRICE JE VEUX SAVOIR



YouTube les aide à...



apprendre à faire quelque chose

**40%**

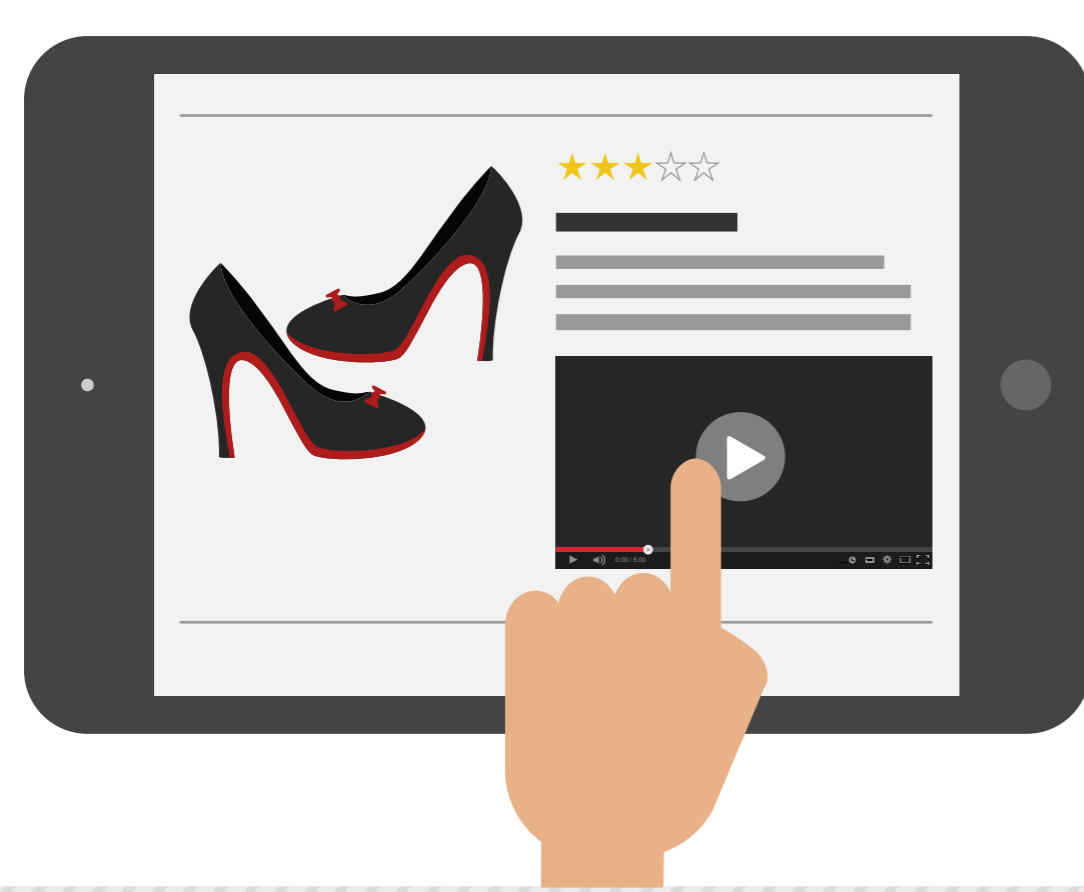


découvrir de nouvelles choses

## CONSUMMATRICE AVISÉE J'AI BESOIN D'ACHETER



Et c'est vers YouTube qu'elles se tournent quand elles...



cherchent des produits à acheter



cherchent des avis sur des produits



**NON SEULEMENT LES MÈRES DE FAMILLE VONT SUR YOUTUBE POUR Y TROUVER DES CONTENUS PERTINENTS POUR ELLES, MAIS ELLES SONT AUSSI ATTENTIVES AUX MESSAGES ENVOYÉS PAR LES MARQUES.**

### ACTIONS RÉALISÉES SUITE AU VISIONNAGE DE PUBLICITÉS SUR YOUTUBE

Consulter le site de la marque **22%**

Rechercher plus d'informations en ligne **19%**

Cliquer sur une pub pour en savoir plus **18%**

Effectuer un achat en magasin ou en ligne **17%**

**28%**  
des mères disent que les publicités sur YouTube les aident à décider quel(s) produit(s) ou quelle(s) marque(s) acheter

### TIRER PARTI DES MOMENTS QUI COMPTENT

Les mères sont toujours avides d'avis et de conseils. Et c'est vers YouTube qu'elles se tournent pour trouver des réponses à leurs questions, tant pour se divertir que s'informer et s'inspirer. Comment les marques peuvent-elles saisir ces opportunités et répondre à leurs attentes ?



Identifier les moments qui comptent pour les mères et pour votre business.



Interagir avec les mères en diffusant des messages pertinents au cours de leurs parcours d'achat en ligne afin de façonner leurs préférences et d'influencer leurs décisions.