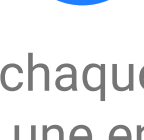
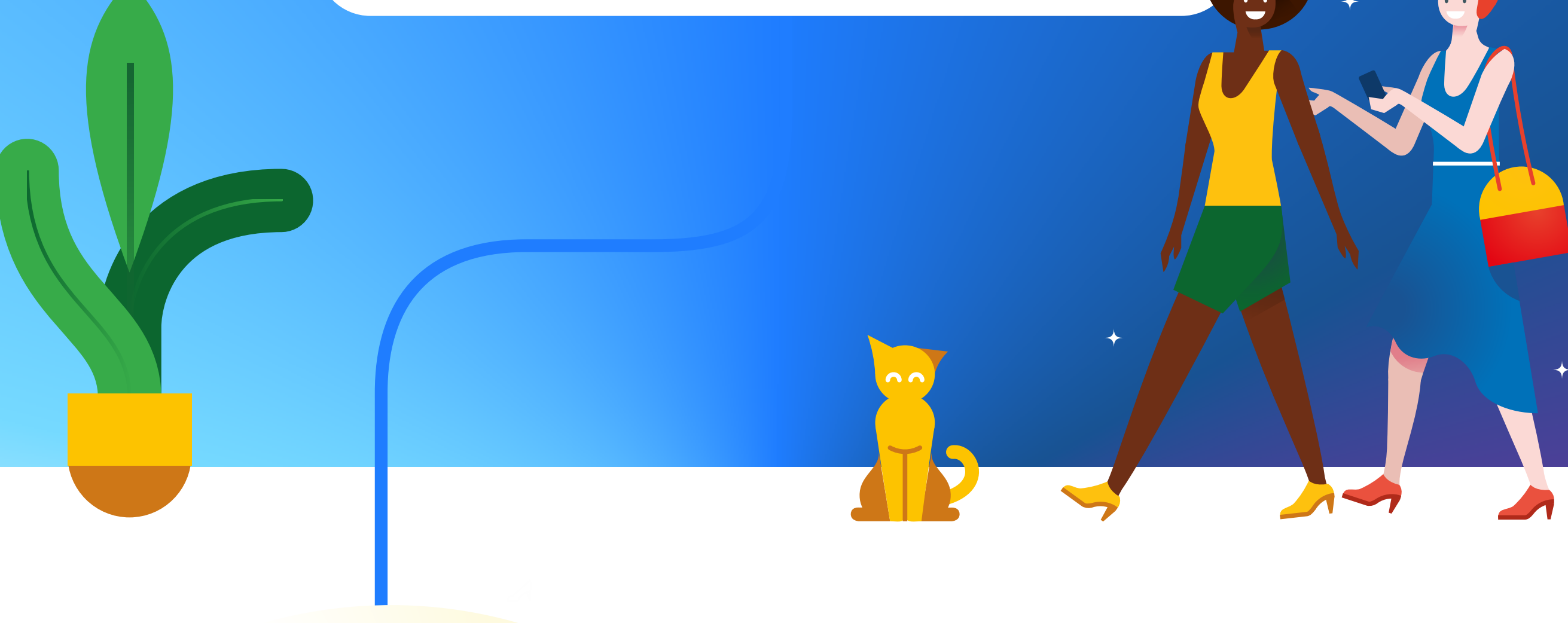


## Le Search, un réflexe quotidien



Derrière chaque requête, un besoin ou une envie s'exprime

**Livraison dans la journée chaussures bleues à talons**

**3 consommateurs sur 4** s'informent et s'inspirent sur la mode à l'aide du Search<sup>1</sup>

**+30%** de requêtes « livraison dans la journée » en 2 ans<sup>2</sup>

**x 2** Les requêtes « politique de retour » ont doublé en 2 ans<sup>2</sup>



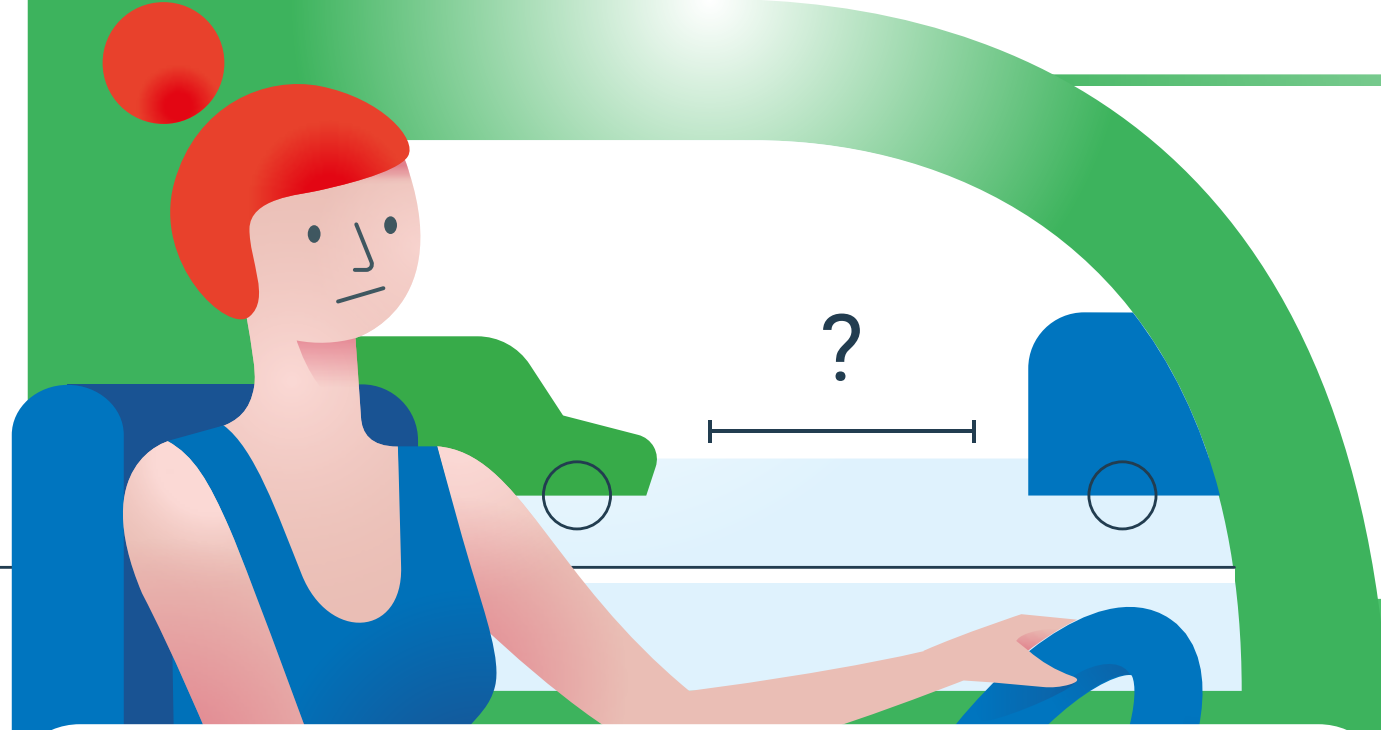
Quand le Search devient un conseiller personnel beauté

**+61% de requêtes** « meilleur dentifrice » en 2 ans<sup>3</sup>

**+130%** de requêtes mobiles « shampoing pour ... » en 2 ans<sup>3</sup>

**+60%** de requêtes mobiles incluant « pour moi » en 2 ans<sup>3</sup>

**Meilleur dentifrice blancheur**



**Meilleure voiture citadine**



Découvrir de nouveaux modèles de voiture ou comparer des offres : c'est simple comme une recherche

**8 consommateurs sur 10** préparent leur achat automobile à l'aide du Search<sup>4</sup>

**62%** des acheteurs automobiles sont indécis en début de parcours d'achat<sup>4</sup>

**6 acheteurs automobiles sur 10** utilisent le Search pour savoir si un véhicule est fait pour eux<sup>4</sup>



Le Search, un vrai compagnon de voyage

**1 parcours d'achat voyage sur 2** commence sur le Search<sup>5</sup>

**x 3** Les requêtes « voyage dernière minute » ont triplé en 2 ans<sup>2</sup>

**+10%** de requêtes transport « en bus » en 2018 vs 2017<sup>6</sup>

**Rappel : Meeting à Nantes**

**Paris-Nantes demain**



Un besoin immédiat et local : le Search y répond

**Restaurant thaï à proximité**

**+340% de requêtes mobiles** incluant « à proximité » ou « près de moi » en 2 ans

**+150%** de requêtes mobiles incluant « à proximité maintenant »<sup>7</sup>

**+900%** de requêtes mobiles incluant « à proximité aujourd'hui / ce soir » en 2 ans<sup>7</sup>



Bons plans, adresses et horaires d'ouverture : une recherche et c'est trouvé

**+160% de requêtes** « meilleur magasin bio » en 2 ans<sup>2</sup>

**+130%** de requêtes « meilleur poivre » en 2 ans<sup>2</sup>

**x 4** Les requêtes « ouvert maintenant » ont quadruplé en 2 ans<sup>2</sup>

**Magasin bio ouvert maintenant**



Le Search pour identifier les meilleurs produits et services financiers et donner vie à ses projets

**6 consommateurs sur 10** s'informent sur les produits financiers à l'aide du Search<sup>8</sup>

**+30%** de requêtes « ouverture de compte » entre 2016 et 2017<sup>9</sup>

**49%** des clients et prospects considèrent le Search comme le facteur principal de décision pour un crédit immobilier<sup>8</sup>

**Ouverture de compte pour jeune de 17 ans**



Pour choisir son fournisseur d'énergie, pas de décision sans faire le tour de la question

**7 consommateurs sur 10** préparent leur souscription à un contrat d'énergie à l'aide du Search<sup>10</sup>

**31%** des requêtes concernent les offres et les prix<sup>10</sup>

**1 parcours énergie sur 2** commence sur le Search<sup>10</sup>

**Comment passer à l'énergie verte ?**

## On fait quoi maintenant ?



### 1. Identifiez vos intentionnistes

Chaque requête informe d'un besoin, d'une envie ou d'un projet du consommateur à un instant précis de son parcours. Si elle exprime une intention, elle révèle surtout un intentionniste.



### 3. Transformez l'intention en action

Profitez de la puissance du Search pour travailler la considération de votre marque, engager les intentionnistes et les accompagner jusqu'à l'acte d'achat.



### 5. Recommencez et optimisez

pour rationaliser vos investissements publicitaires.



### 2. Adoptez un marketing de précision

Définissez les bons segments d'audience et adressez-leur des contenus personnalisés, au bon moment du parcours d'achat, via le bon canal de communication.



### 4. Mesurez

les visites en magasin, le ROI omnicanal, donc l'impact du Search sur les ventes.

### Sources

- Nielsen MediaMetrie - France - Nov 2015/Fév 2016 - Acheteurs produits mode (ordinateur)
- Données Google - France - Jan/Juin 2017 vs Jan/Juin 2015
- Données Google - États-Unis - Jan/Juin 2017 vs Jan/Juin 2015
- Étude TNS Infratest - France - Acheteurs véhicules neufs - 2017
- Nielsen MediaMetrie - France - Jan/Juin 2017 - Clickstream

- Données Google - France - Jan/Avril 2018 vs Jan/Avril 2017
- Données Google - États-Unis - Jan/Déc 2017 vs Jan/Déc 2015
- Nielsen MediaMetrie - France - Jan/Mars 2014 - Clickstream / Google Consumer Survey - France - Juin 2017
- Données Google - France - 2017 vs 2016
- Nielsen MediaMetrie - France - Mars/Août 2016 - Clickstream