

# E-Commerce : Comment bien préparer Noël et les Soldes de janvier?

Mardi 20 octobre 2015

Commission Marketing & Social Marketing

# Agenda

---

- 09h00 – 09h30 : **Accueil petit-déjeuner**
- 09h30 – 09h45 : **Introduction et agenda**
- 09h45 – 10h15 : **Présentation**
  - Antoine Pietravalle – Director of Account Strategy France @ CRITEO
  - Laetitia Randrianasolo – Head of Retail Account Strategy France @ CRITEO
- 10h15 – 11h15 : **Table ronde**
  - Gry Quentel – E-commerce Manager @ A.P.C.
  - Olivier Hus – Directeur Digital / E-commerce / Cross-canal @ OCLIO
  - Franck Mathais – Directeur Exécutif Marketing @ LUDENDO / LA GRANDE RECRE
  - Gaëlle Poulain – Online Store Manager France @ MICROSOFT STORE

Animateur: François Costa de Beauregard – Directeur Général Adjoint France @ CRITEO
- 11h15 – 11h30 : **Q&A**
- 11h30 - 12h00 : **Networking / Meet the speakers**

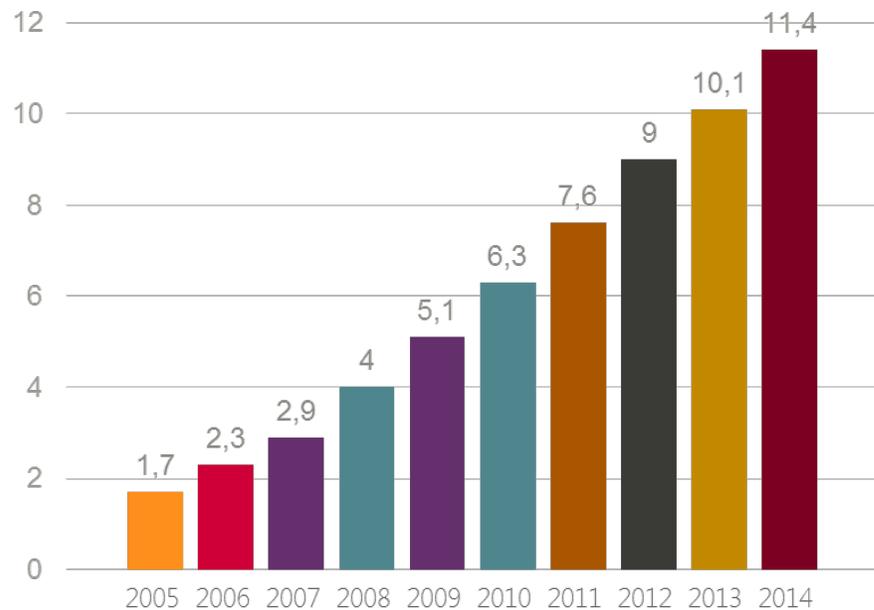


Le compte  
à rebours  
commence  
maintenant.

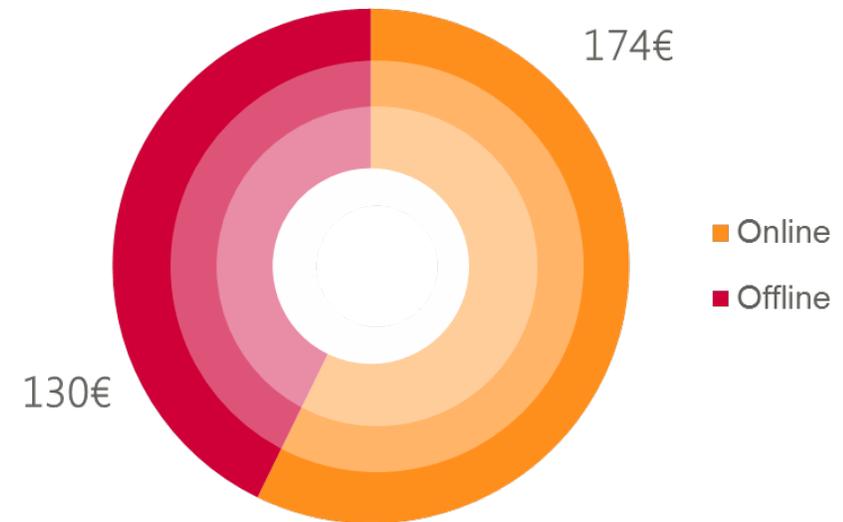


# Internet est devenu le premier canal pour acheter les cadeaux de Noël

Noël 2014 représentait déjà 11,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires E-commerce en France



57% du budget dédié aux cadeaux de Noël était déjà dépensé sur Internet en 2014



Sources:

- Fevad, Bilan e-commerce 2014
- Mediamétrie/NetRatings et Fevad, Noël 2014 sur Internet – Enquête sur les intentions d'achat des internautes

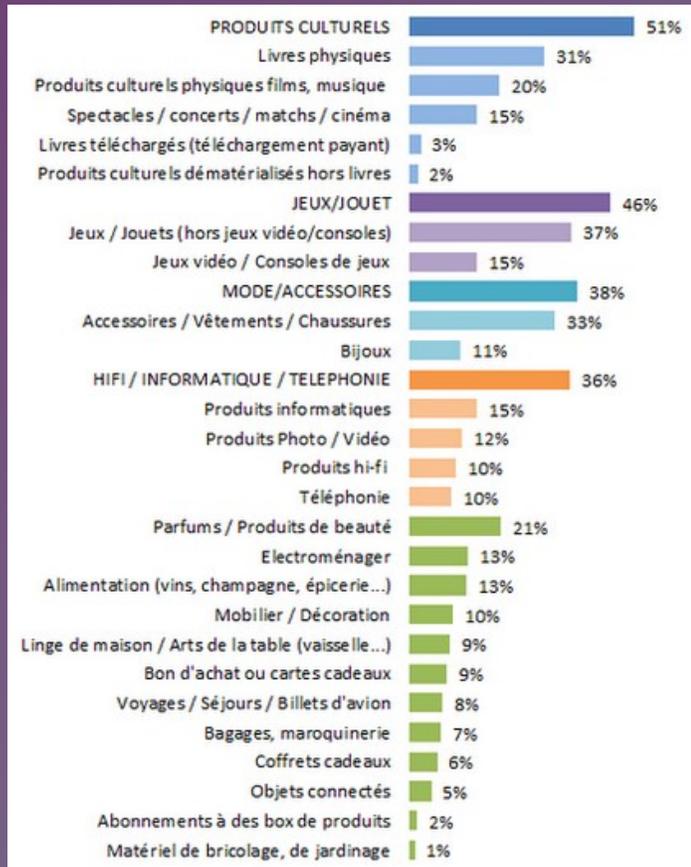


En 2014,  
**28 millions de  
français**  
ont préparé ou acheté  
leurs cadeaux de Noël  
sur Internet

**52%**  
ont profité des  
**opérations  
promotionnelles**  
des mois de novembre et  
décembre

Source: Enquête FEVAD/CSA sur le bilan des achats de Noël 2014 sur Internet

# Les produits culturels et les jeux/jouets sont les catégories les plus prisées



Produits culturels  
51%

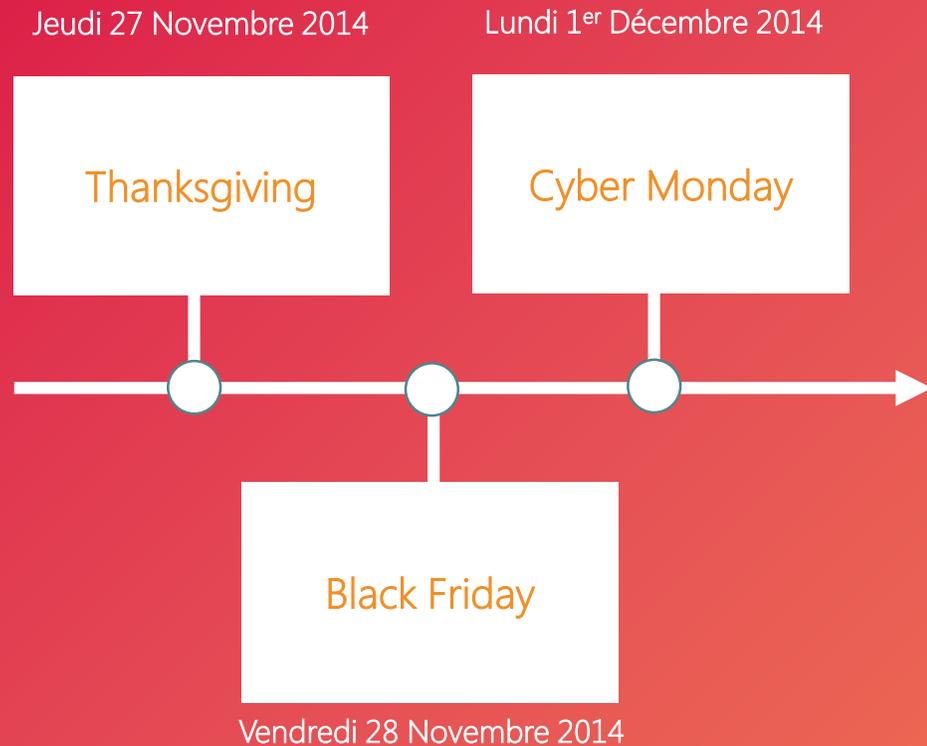
Jeux / Jouet  
46%

Mode / Accessoires  
38%

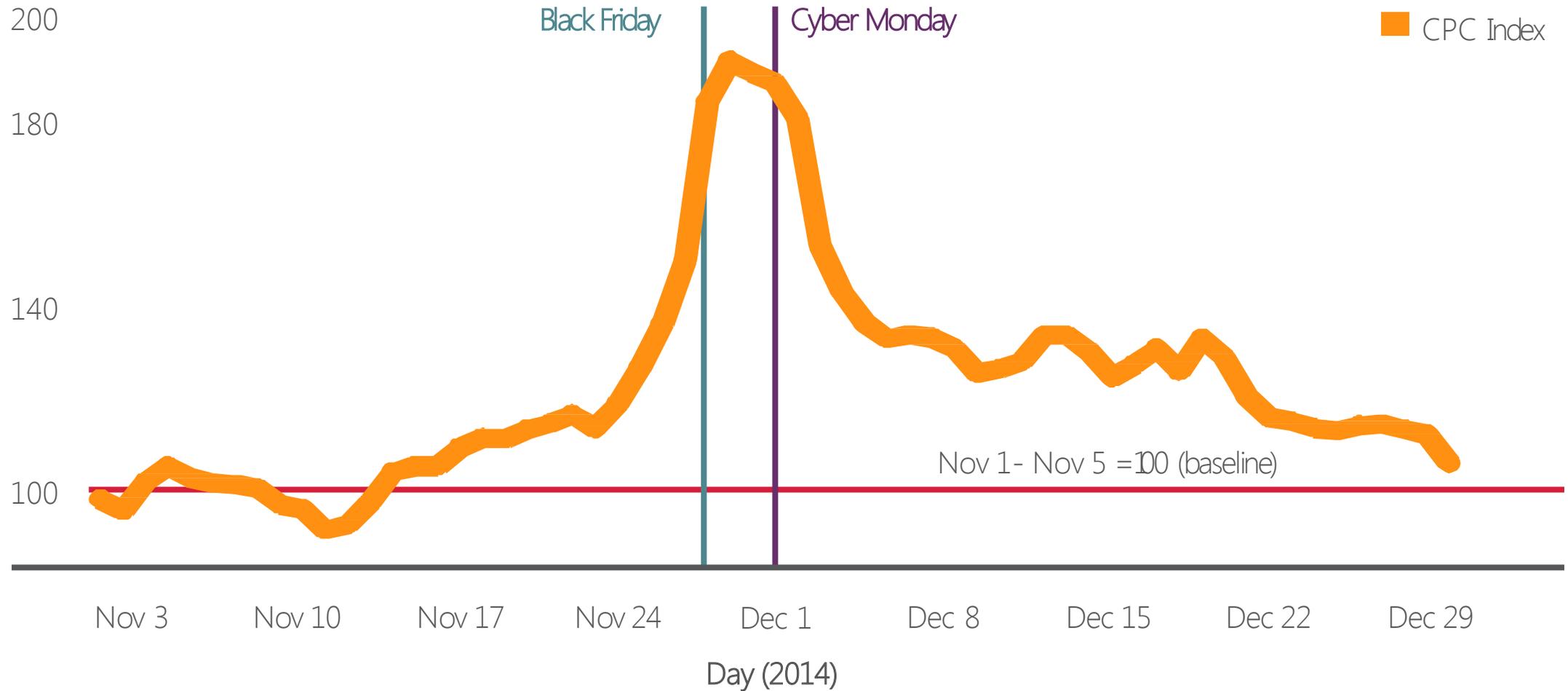
Hifi / Informatique / Téléphonie  
36%

Source: Enquête FEVAD/CSA sur le bilan des achats de Noël 2014 sur Internet

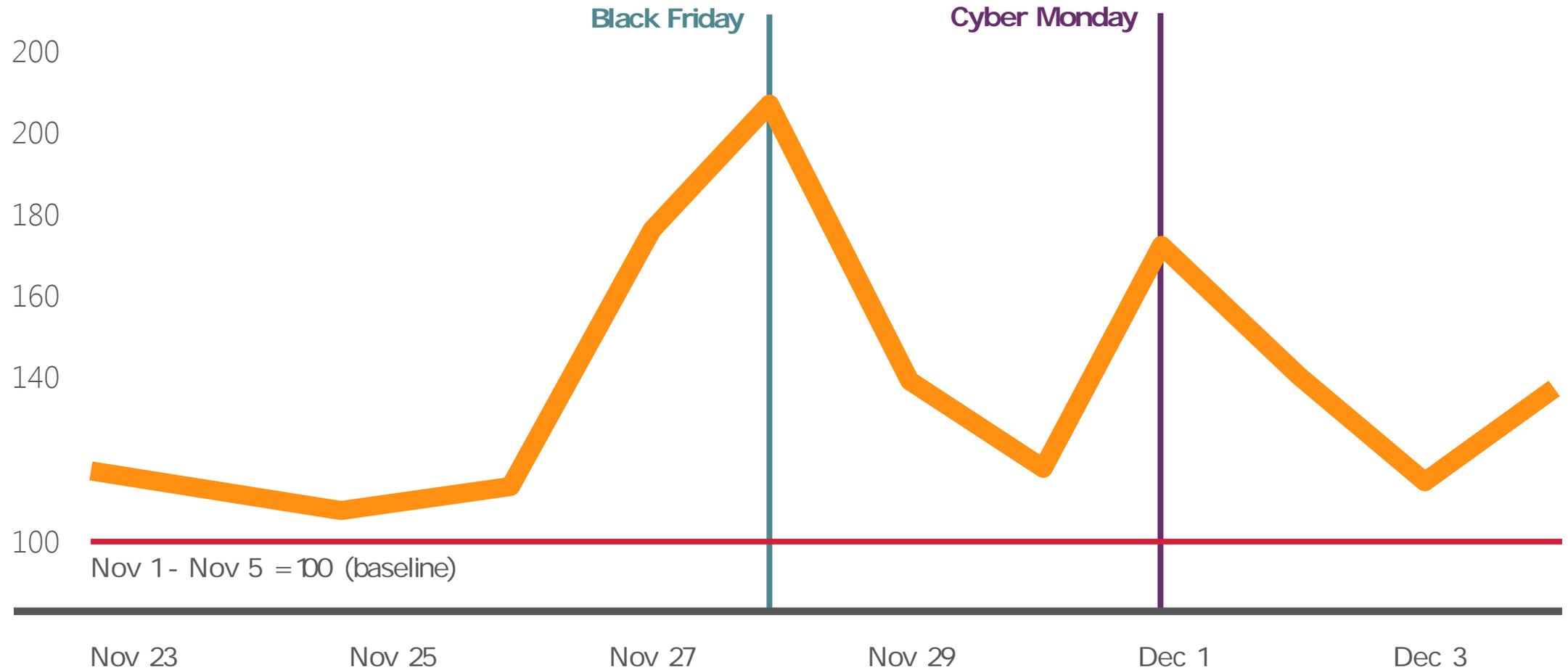
# L'exemple du Black Friday et du Cyber Monday aux Etats-Unis



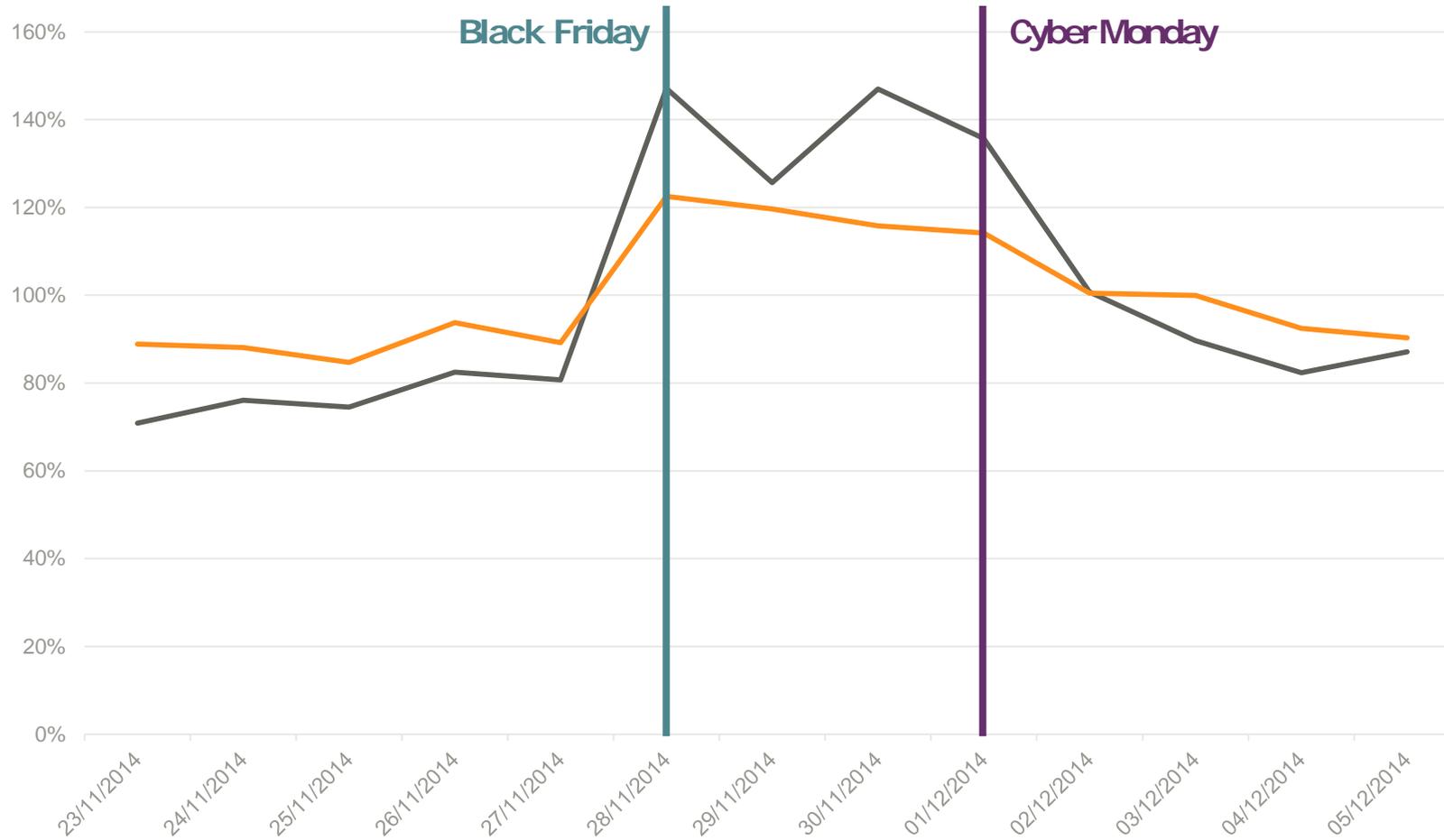
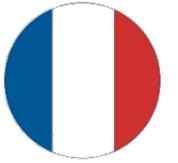
# Une hausse spectaculaire des niveaux de CPC



# Une augmentation conjointe des taux de conversion

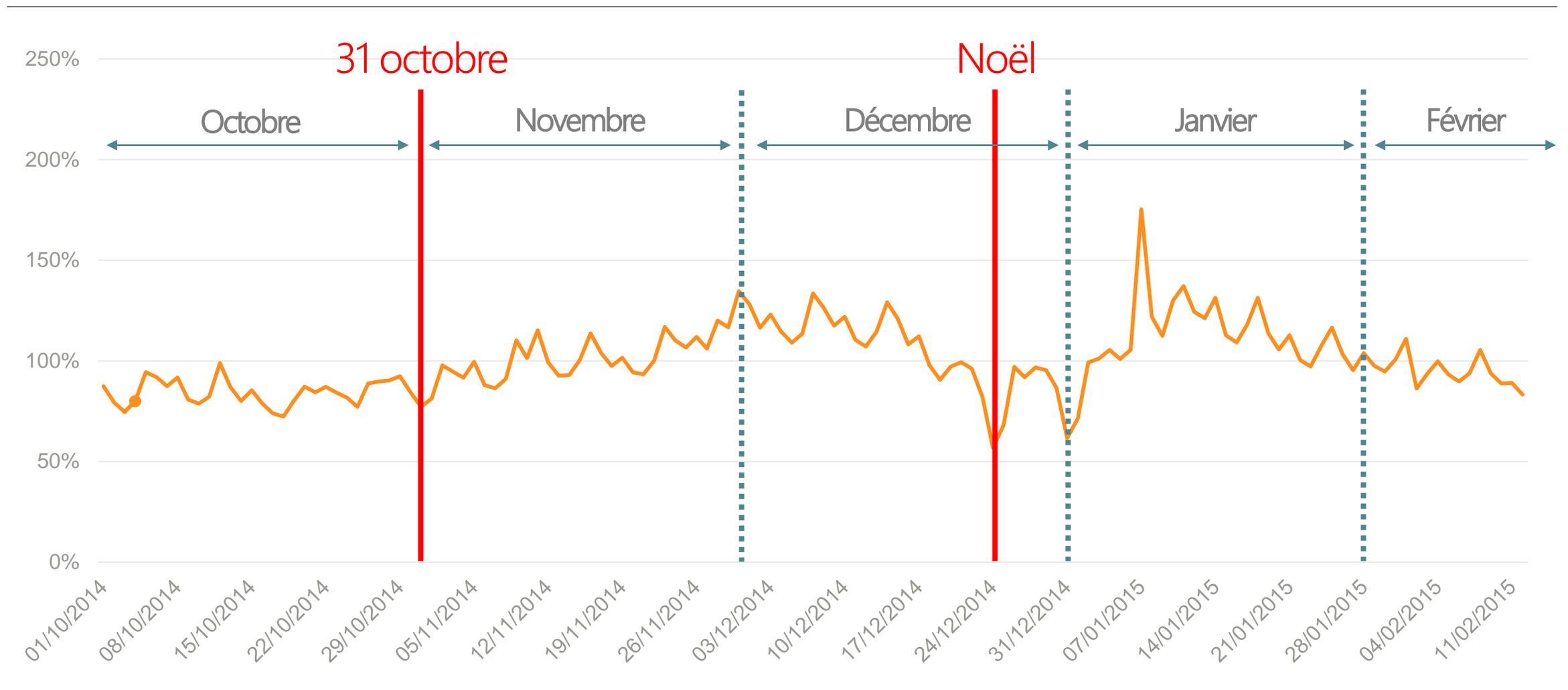


# Un évènement qui trouve une certaine résonance en France

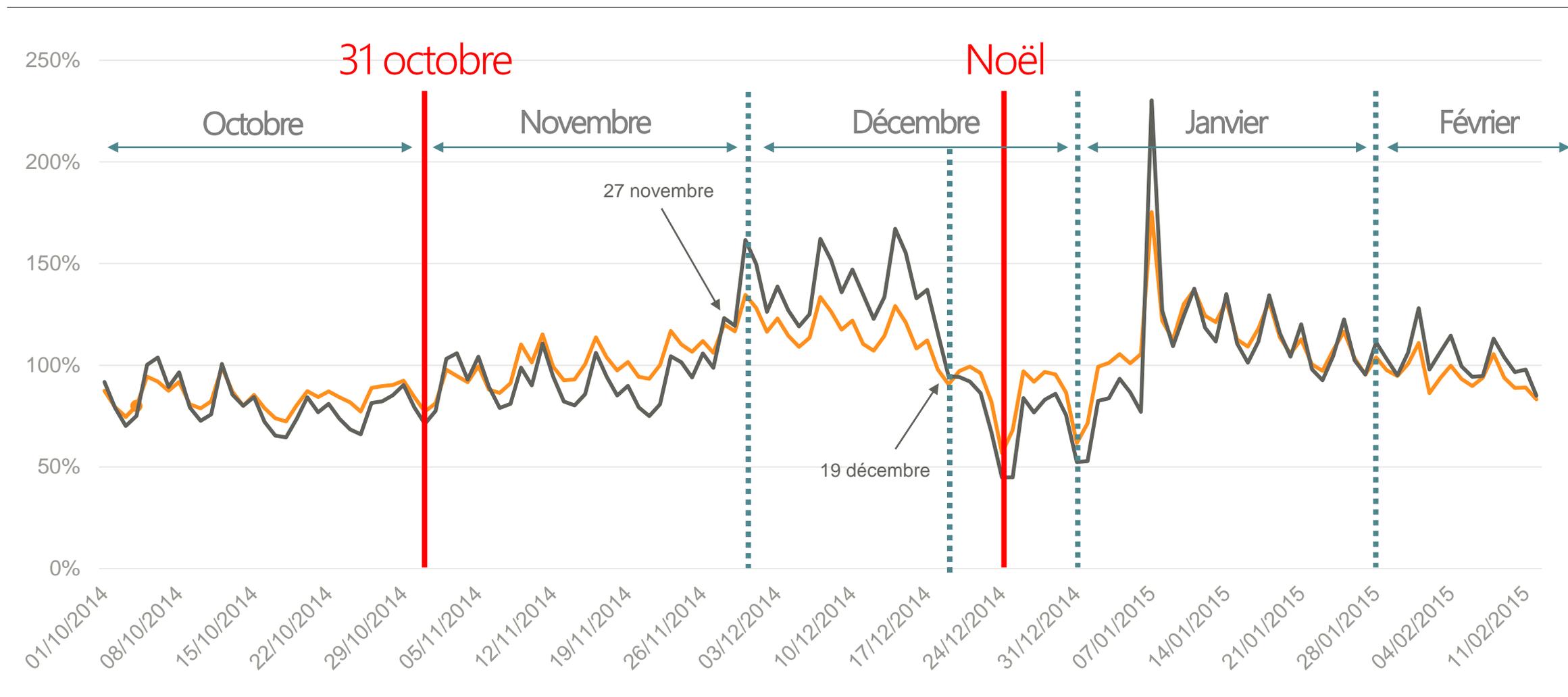


L'opération  
Black Friday  
trouve un écho en  
France chez les  
e-commerçants ayant  
suivi l'opération

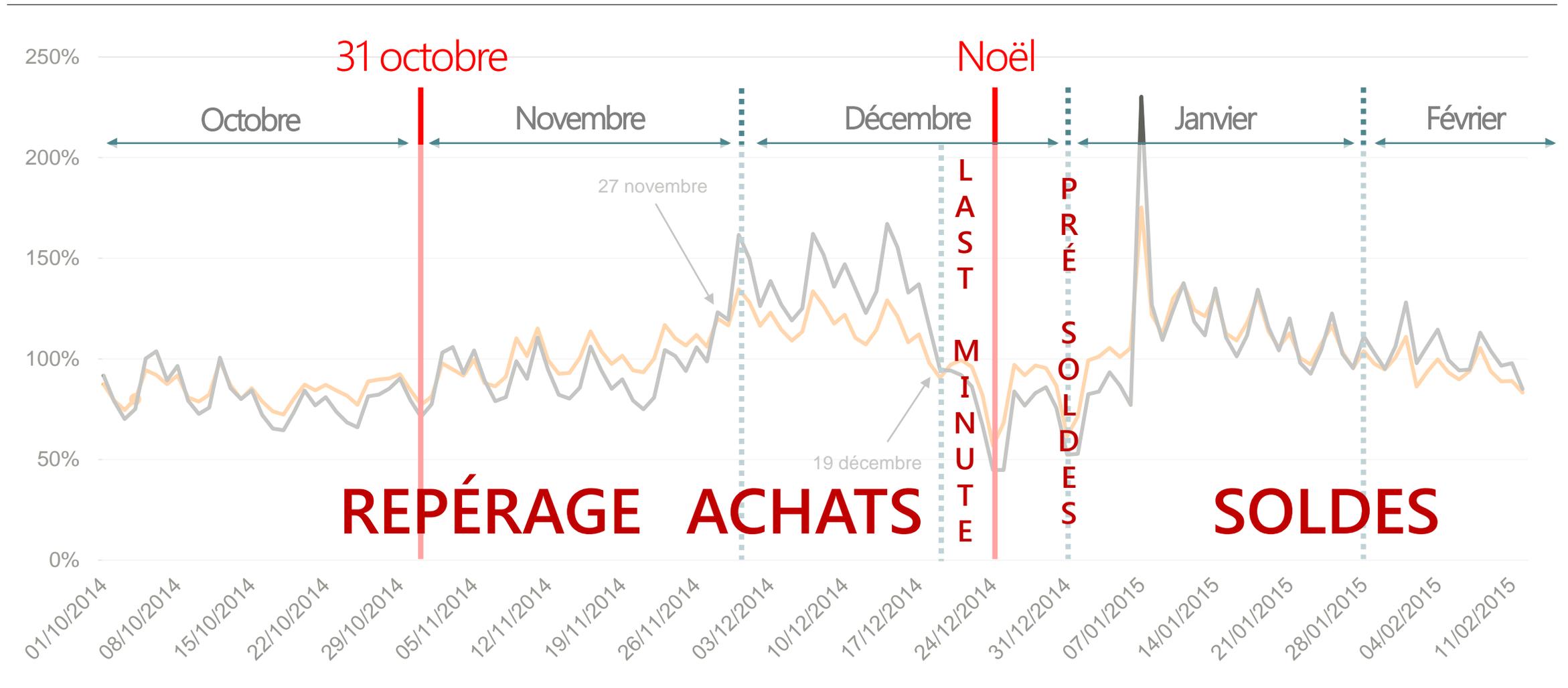
# En France, le trafic augmente dès fin octobre...



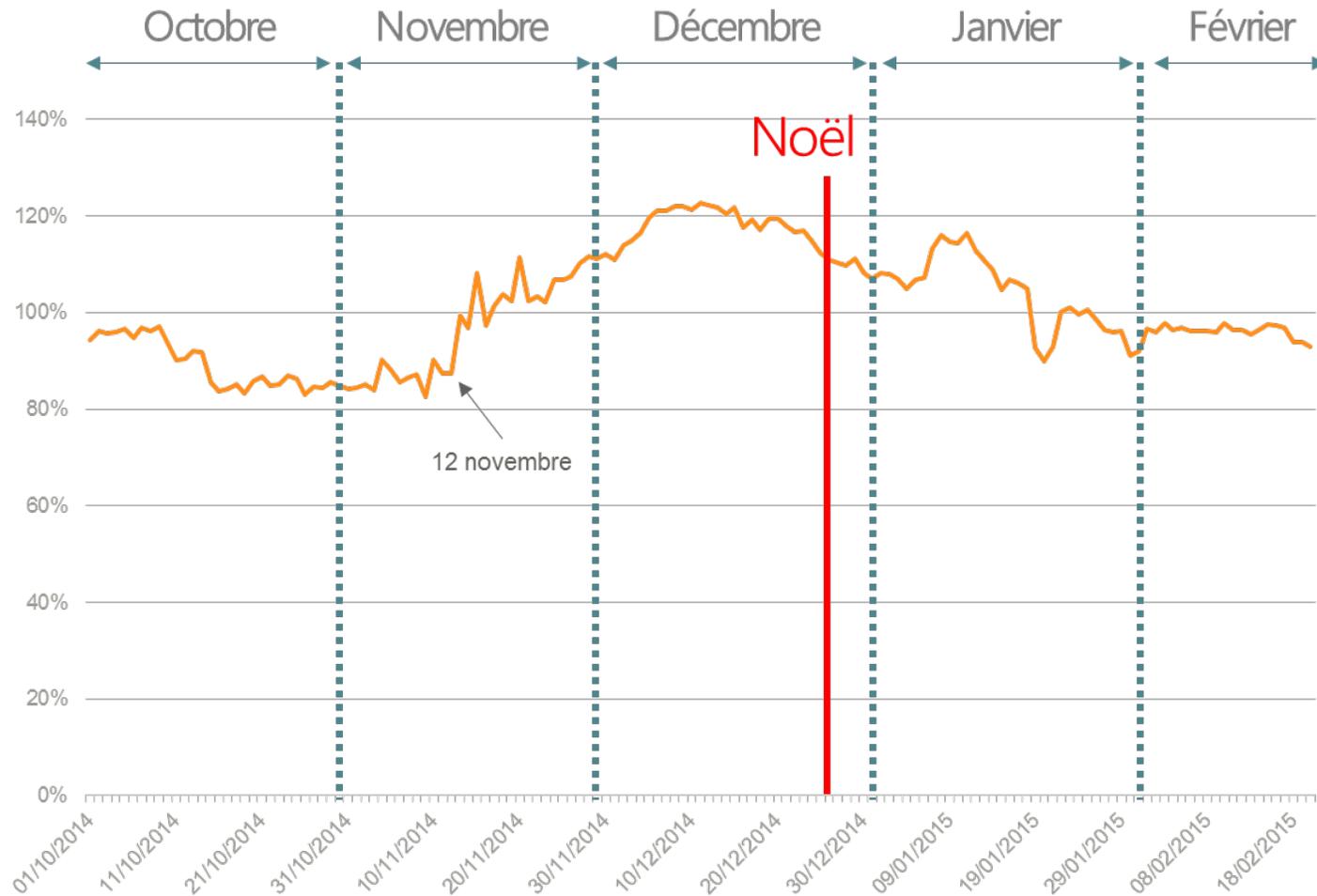
# Et le rythme des ventes s'accélère à partir de fin Novembre



# Et le rythme des ventes s'accélère à partir de fin Novembre

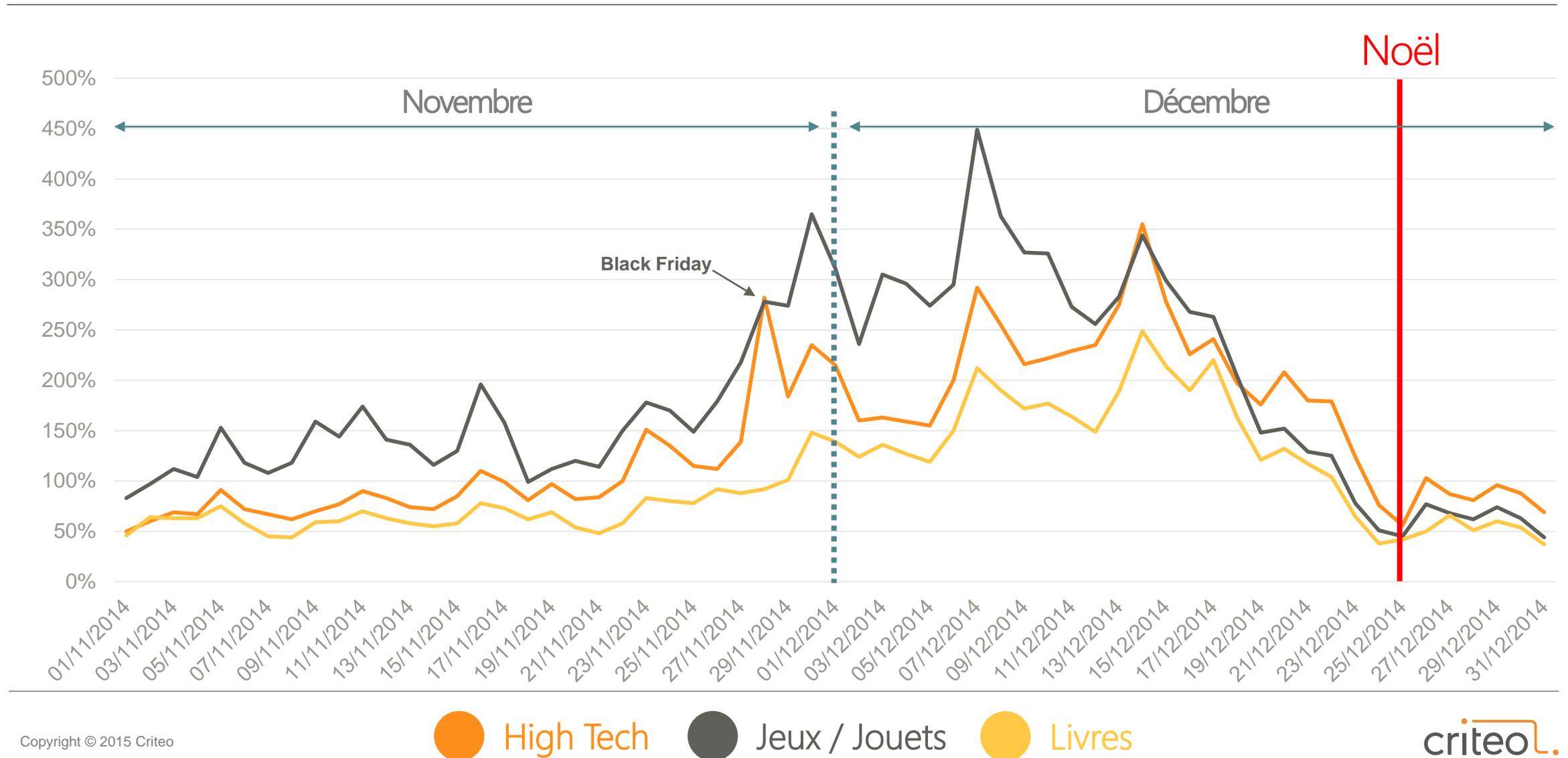


# Évolution des CPCs



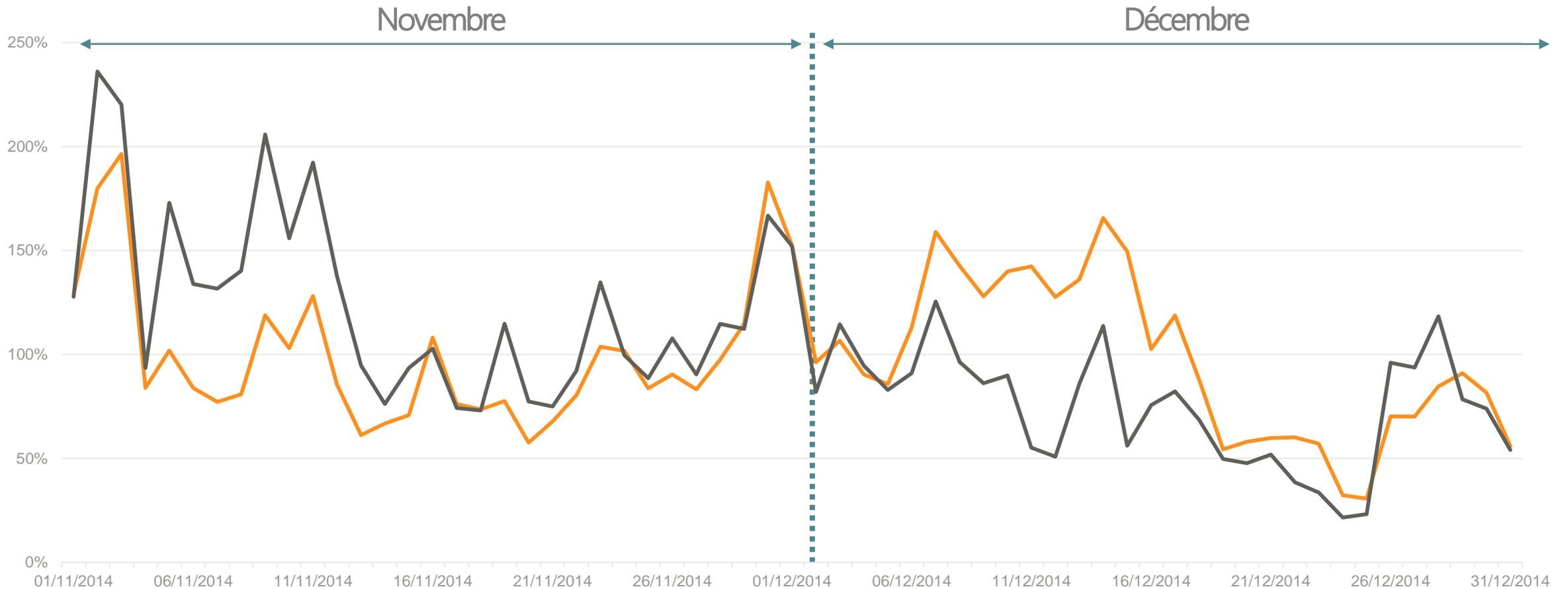
Une hausse de CPC  
qui anticipe  
l'évolution des ventes  
et qui intervient dès  
mi-novembre

# Les catégories HighTech, Jeux et Livres sont plébiscitées à Noël

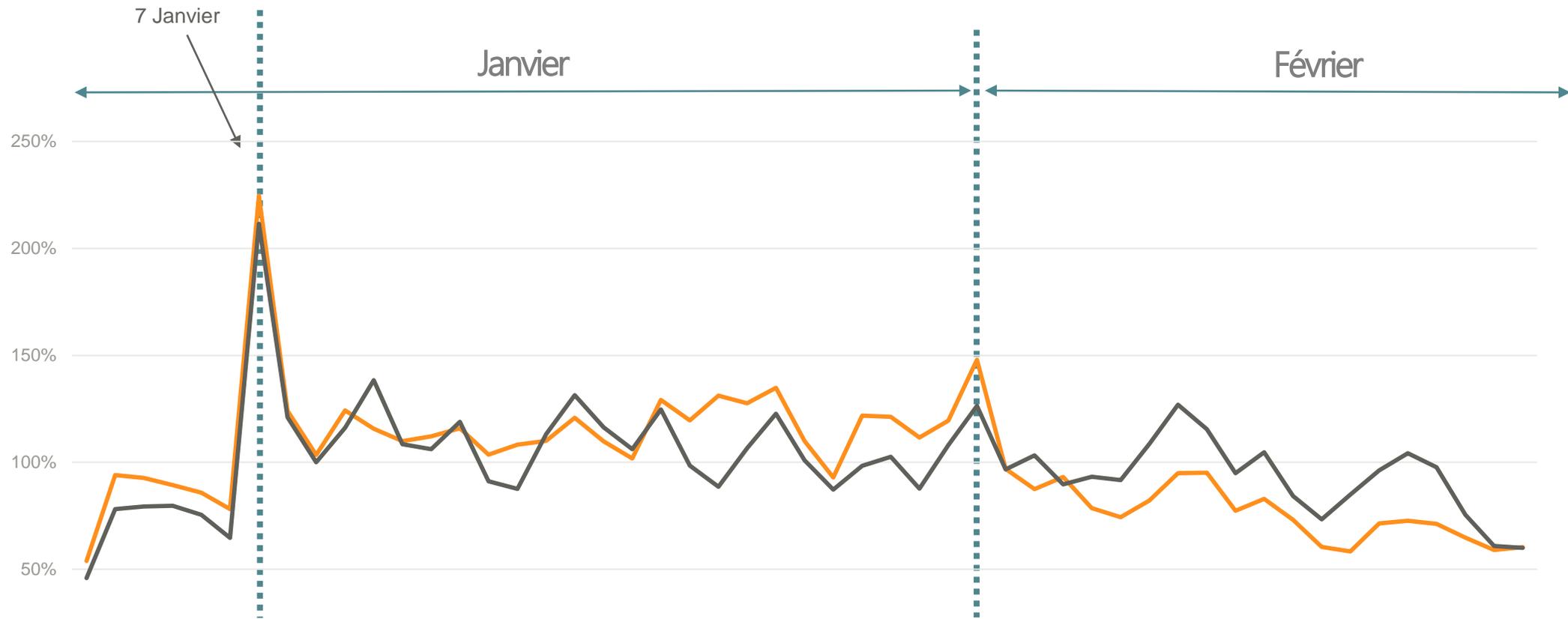


# La catégorie Mode est plébiscitée en Novembre

## La catégorie Maison/Déco est davantage plébiscitée en Décembre

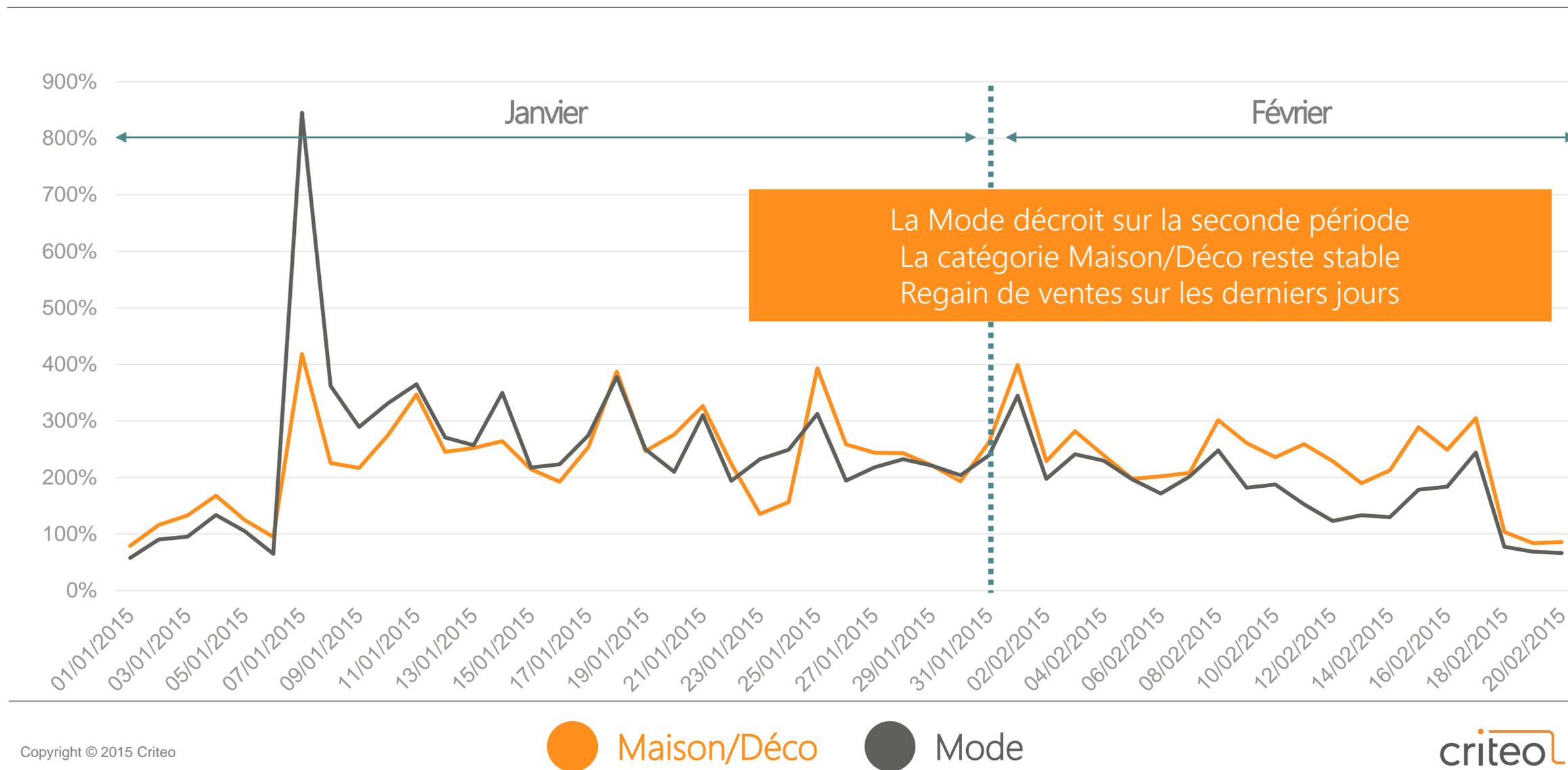


# Les catégories High Tech et Jeux/Jouets connaissent aussi des pics sur les soldes

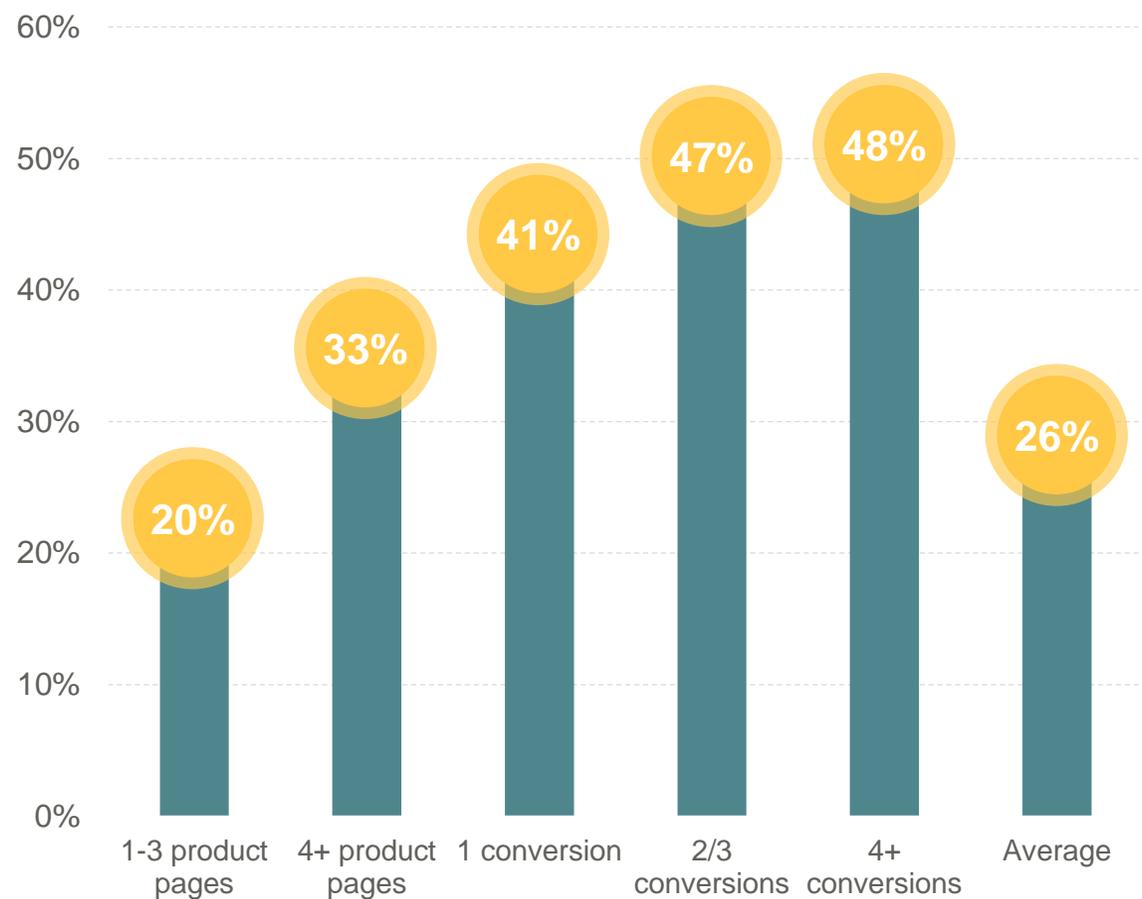


Les catégories High Tech et Jeux/Jouets connaissent une forte croissance des ventes en début de soldes. La catégorie High tech décroît sur la fin de soldes avec un regain des ventes timide sur la fin des soldes

# Les catégories Maison et Mode sont plébiscitées aux Soldes



# Focus sur la Mode: vos meilleurs clients sont les moins fidèles

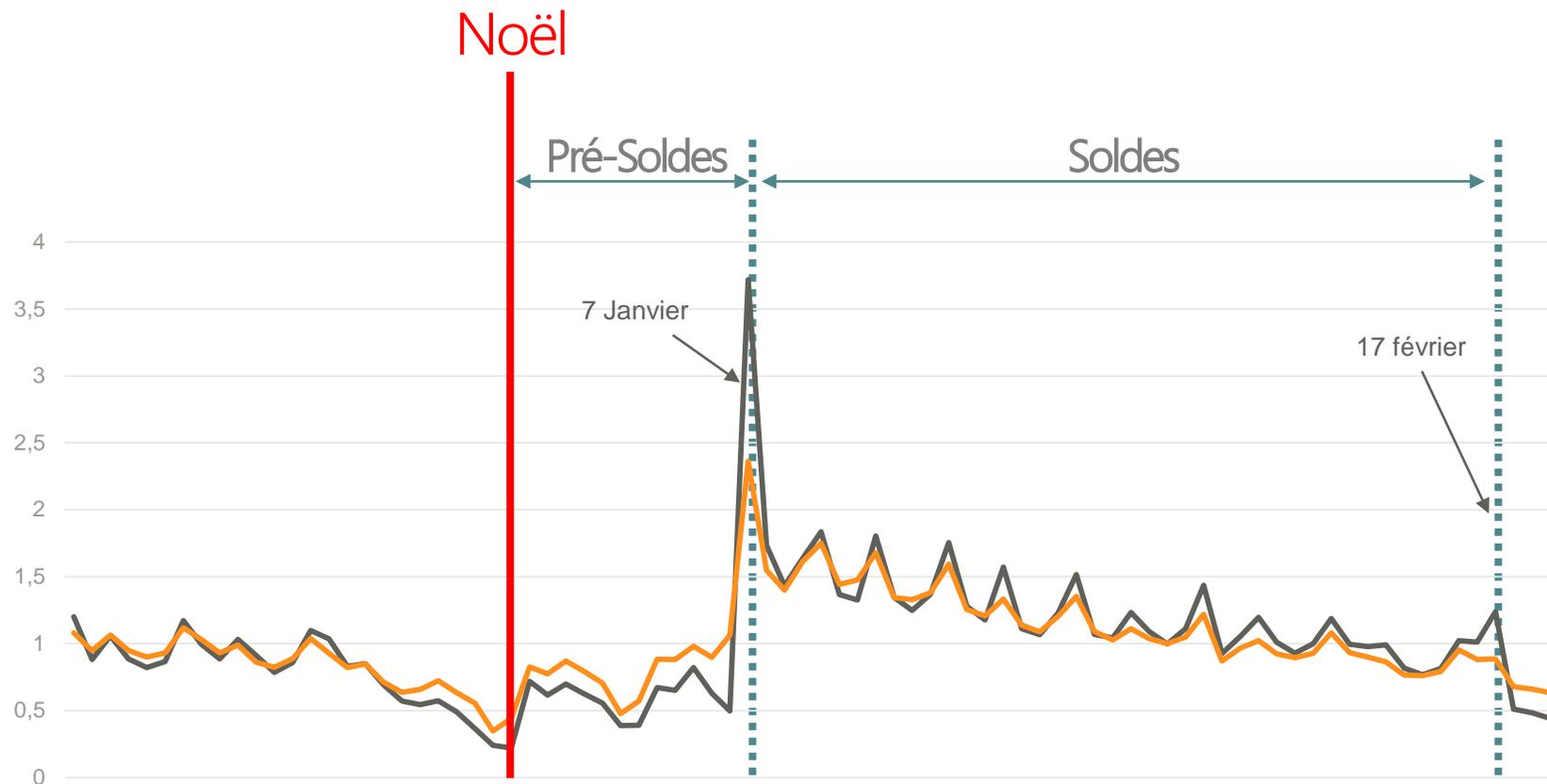


Propension à visiter plusieurs sites de la catégorie fashion dans les **30 jours**

Source : Criteo, 2ème trimestre 2015

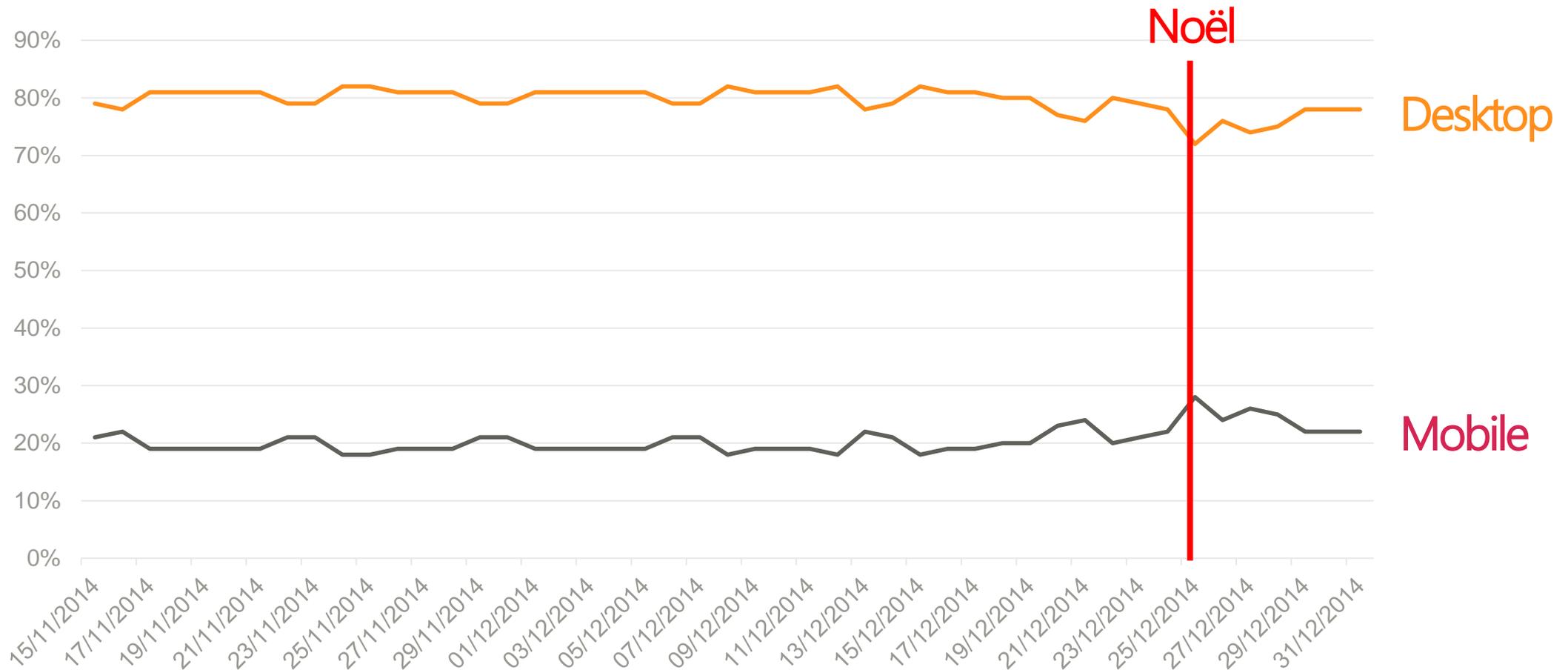
Poids des acheteurs : France | propension à visiter la concurrence : US

# Focus sur la Mode: un regain des ventes en fin de soldes



Des pics de ventes bien établis sur les mercredis de démarques et les dimanches, avec un regain notable sur les 3 derniers jours de soldes.

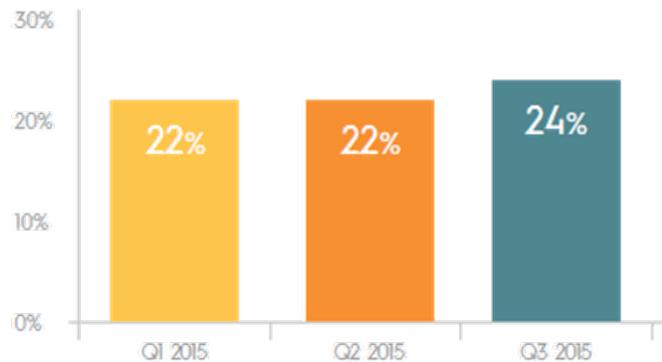
# En 2014, le mobile représentait déjà 20% des achats de Noël



Pourcentage des transactions e-commerce réalisé sur Desktop ou Mobile en France, avec Mobile = Smartphone + Tablette

# Aujourd'hui, la place du mobile est encore plus importante

Le mobile représente **24%** des transactions réalisées en France:



Les Smartphones et les Tablettes jouent à **part égale**:



Le fait pour un consommateur d'utiliser différents appareils pour réaliser un achat en ligne représente désormais **52%** des transactions en France.

Source: Criteo, rapport d'activité sur le commerce mobile au 3ème trimestre 2015

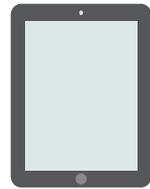
# La moitié des transactions implique déjà plusieurs écrans

L'utilisateur a finalisé sa transaction sur:

TABLETTE

SMARTPHONE

DESKTOP



51%

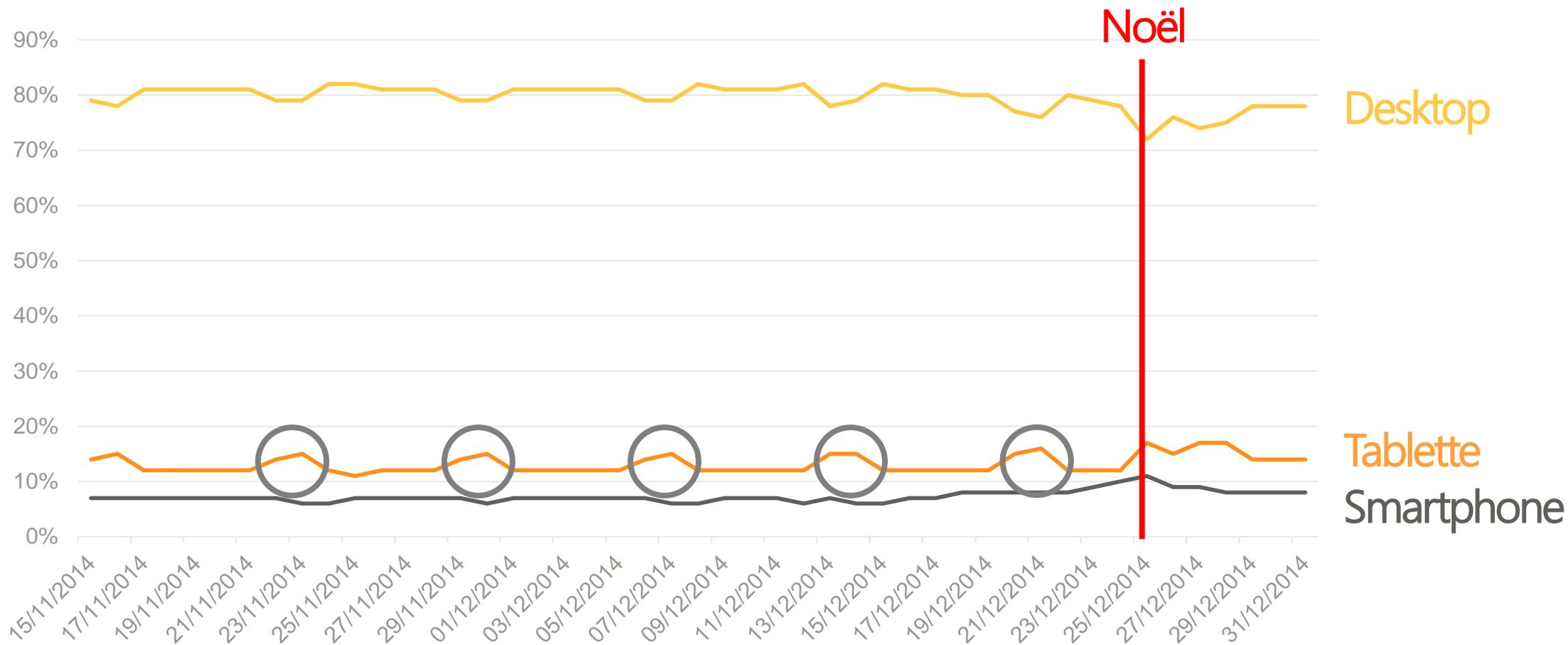
52%

53%

% d'utilisateurs ayant utilisé différents appareils dans leur parcours d'achat

Source: Criteo, rapport d'activité sur le commerce mobile au 3ème trimestre 2015

# La part des tablettes augmente les week-ends



Pourcentage des transactions e-commerce réalisé sur Desktop, Mobile ou Tablette en France

# Checklist pour réussir Noël et/ou les Soldes

## 1- Communiquer sur chaque temps fort

- Plan commercial spécial Noël
- Livraison garantie avant le 24 Décembre
- Mise en place du click & collect
- Ventes privées entre Noël et les Soldes
- Communiquer sur chaque démarque soldes
- Communiquer jusque la fin des soldes (regain des derniers jours)

 <p><b>-30%</b> Drap de bain La Mousseuse bouc... 52,50 € JE FONCE</p>	 <p>Pantalon chino Frozen regular fit... 32,50 € JE FONCE</p>	 <p>Grand sac à dos College - Kipling 119,90 € JE FONCE</p>	 <p>Compagnon effet cuir verni siglé - ... 89 € JE FONCE</p>	
---	--	--	---	---



fnac

7,99 €  
Voir

c1 c2 c3 c4  
Vendre  
A4  
Folios



LIVRAISON  
GRATUITE  
SUR TOUT LE SITE

» TOUTES NOS IDÉES CADEAUX

fnac

**-30%**  
SUR  
VOTRE ARTICLE PRÉFÉRÉ



Moustiquaire lit 70  
x 140 cm

19,99 €

Voir plus



Jeu de 7 familles  
des animaux

4,99 €

Voir plus



Fauteuil multi-  
positions anis

79,99 €

Voir plus

# Checklist pour réussir Noël et/ou les Soldes

## 2- Adapter son mix-marketing pour l'ensemble des internautes

- Réveiller les utilisateurs inactifs
- Identifier les prospects intentionnistes
- Travailler les clients déjà existants, particulièrement volatiles
- Acquisition : Optimiser les campagnes de notoriété



La Redoute

LOVE SOLDES

leboncoin.fr

Leboncoin.fr part d'une idée simple : la bonne affaire est au coin de la rue ! Pour passer ou chercher des annonces, cliquez sur le logo de votre choix et trouvez la bonne affaire parmi 24 188 348 annonces.

Simple, rapide et efficace :

- Alsace
- Aquitaine
- Auvergne
- Basse-Normandie
- Bretagne
- Centre
- Champagne-Ardenne
- Corse
- Franche-Comté
- Haute-Normandie
- Île-de-France
- Langues-Roussillon
- Livourais
- Lorraine
- Midi-Pyrénées
- Nord-Pas de Calais
- Pays de la Loire
- Picardie
- Poitou-Charentes
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Rhône-Alpes
- Guadeloupe
- Martinique
- Guyane
- Réunion

J'EN PROFITE

La Redoute

La Redoute

LOVE SOLDES

Jusqu'à -70%

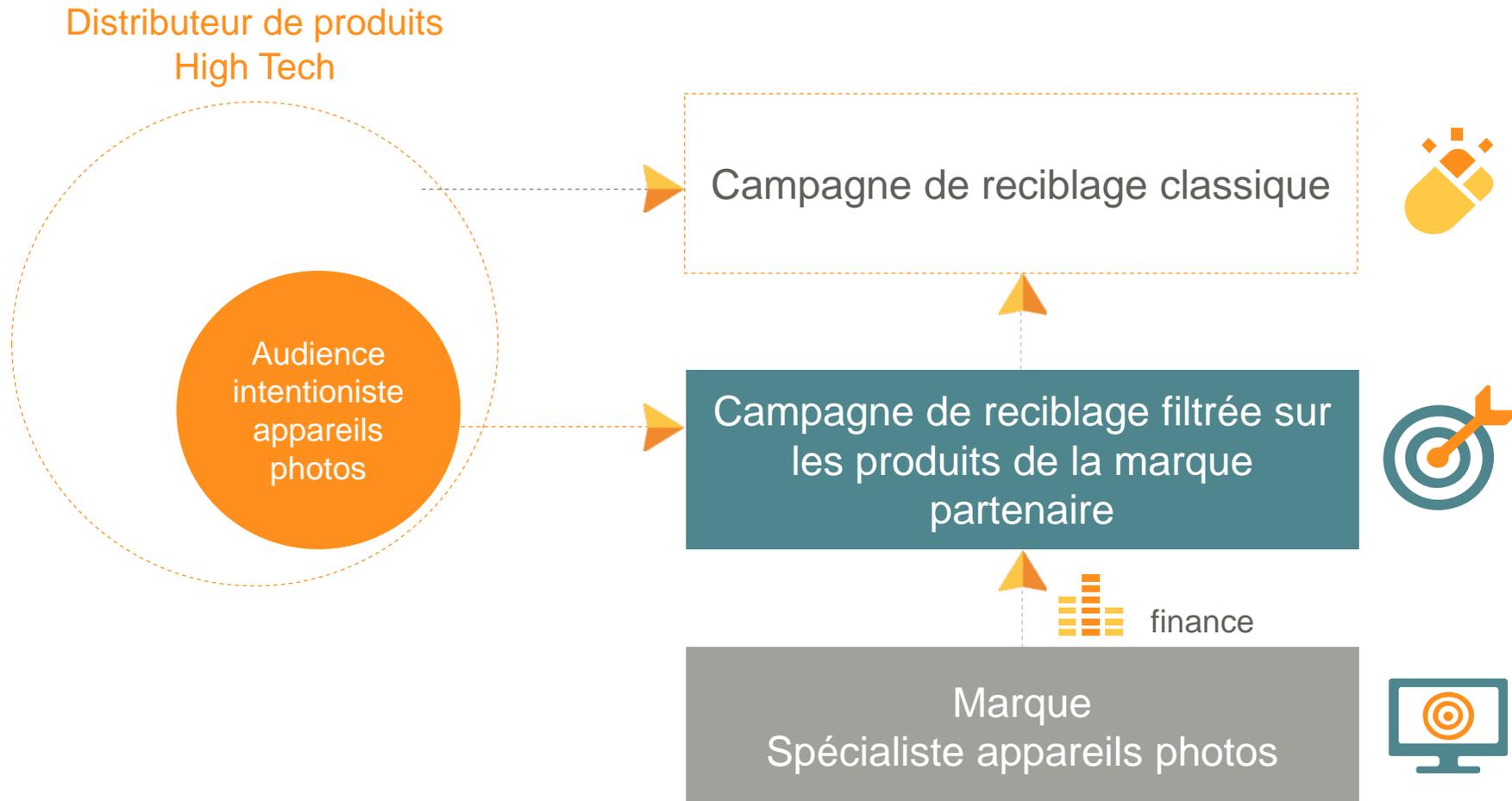
J'EN PROFITE >>

\*Voir conditions sur le site

LIVRAISON GRATUITE\*

<p>-69%</p>	<p>-69%</p>	
<p>Chemise manches longues...</p> <p>12 €</p> <p>Voir</p>	<p>Débardeur à sequins jersey stretch</p> <p>6 €</p> <p>Voir</p>	<p>Casier grand format Arreglo</p> <p>59 €</p> <p>Voir</p>
<p>DU 25/06 AU 29/07</p> <p>JUSQU'À -70%</p> <p>LOVE SOLDES</p> <p>J'EN PROFITE &gt;&gt;</p> <p>*voir conditions sur le site</p>		

# Capitaliser sur le co-marketing – exemple sur le High Tech



# Bénéfices



## Bénéfices pour le distributeur



## Bénéfices pour la marque



La campagne est co-financée avec la marque



Le budget marque permet d'avoir des CPCs plus élevés donc un meilleur positionnement



Possibilité de régler le scénario de l'expérience utilisateur entre campagne comarket et campagne classique



Augmentation de la notoriété de ses produits



Augmentation de la part de voix chez le distributeur



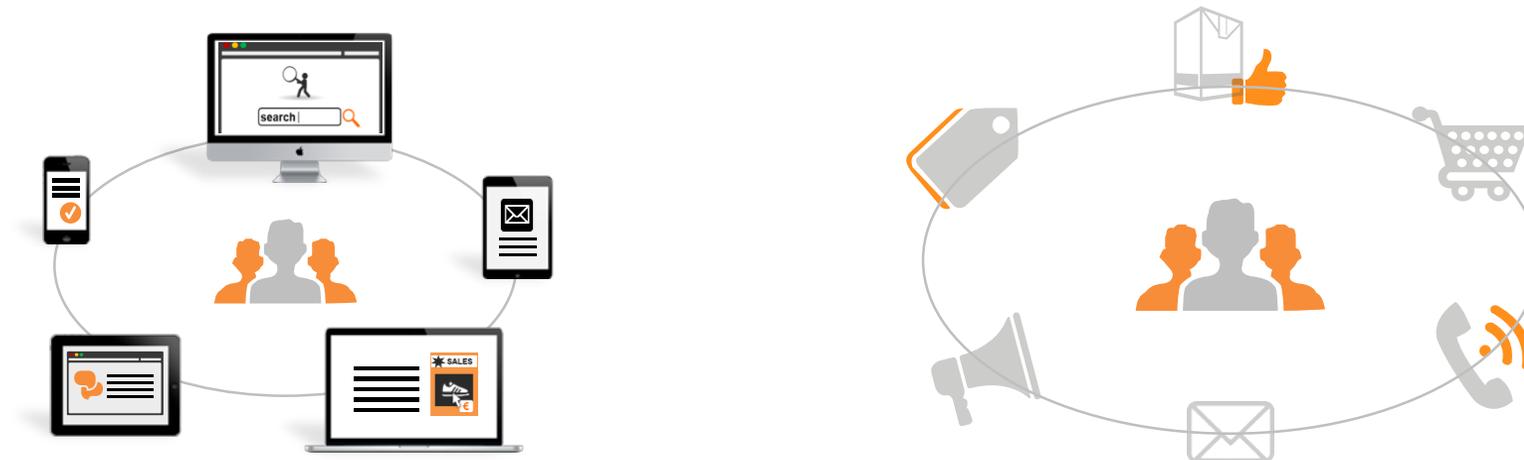
Reporting avec indicateurs de performance (audience, reach, ventes, parts de voix..)



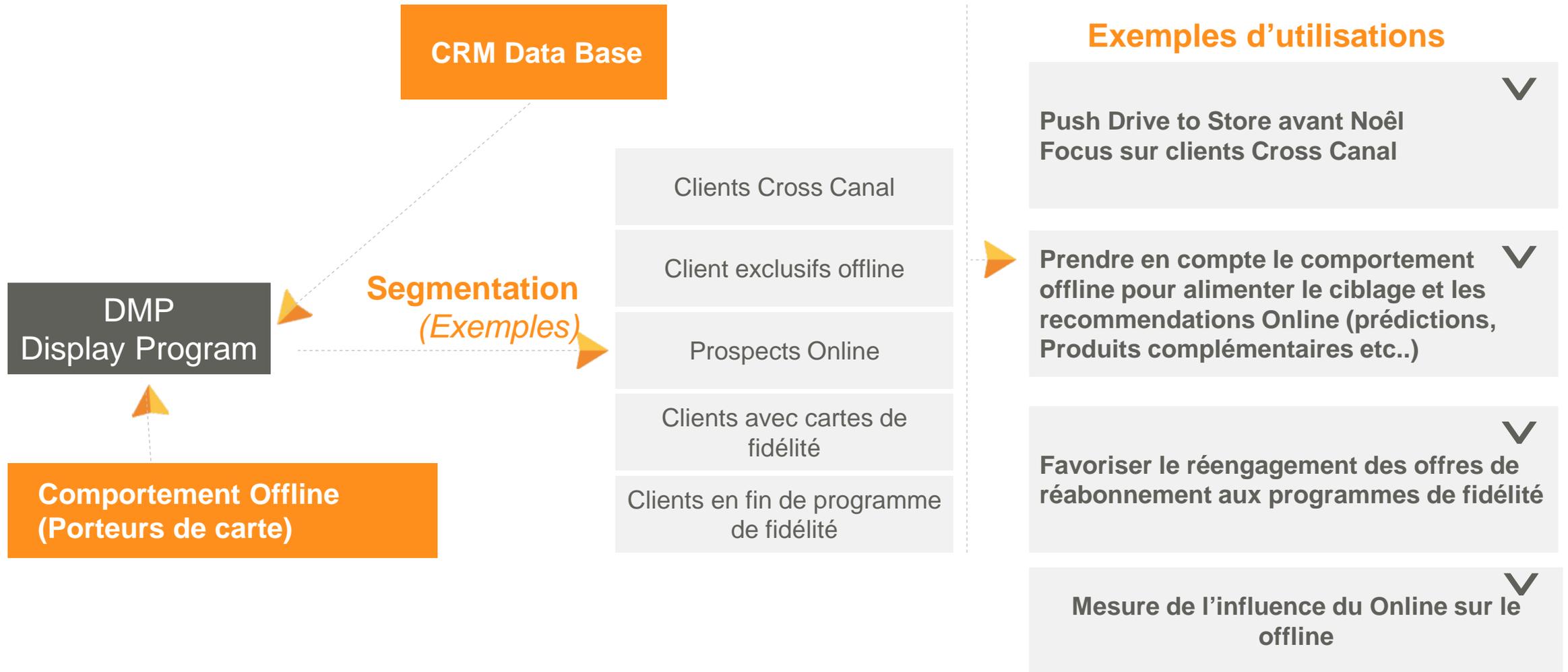
# Checklist pour réussir Noël et/ou les Soldes

## 3- Développer une approche cross-canal

- Assurer une présence **cross-canal**: Display, Email, etc.
- Assurer une présence **multi-device**: Desktop, Tablette, Smartphone
- Tracker les évènements **cross-device**
- Développer des synergies entre le **online** et le **offline**



# Exemple d'approche multicanal pour Noël



# Enseignements

---

- L'effet "Black Friday/Cyber Monday" se manifeste de plus en plus en France
- Le trafic sur les sites e-commerce augmente dès fin octobre = phase de recherche
- Le rythme des conversions s'accélère à partir de fin novembre = phase d'achat
  
- Les catégories HighTech, Jeux et Livres sont plébiscitées à Noël
- Les catégories Maison et Mode sont davantage plébiscitées aux Soldes
  
- Les internautes deviennent de plus en plus volatiles et visitent beaucoup de sites
- Le parcours des utilisateurs est de plus en plus cross device

Quels retours  
de la part des  
e-commerçants?





Franck MATHAIS  
Directeur Exécutif Marketing



Gaëlle POULAIN  
Online Store Manager France



Gry QUENTEL  
Responsable e-commerce



Olivier HUS  
Directeur Digital / E-Commerce / Cross-canal



François COSTA DE BEAUREGARD  
Directeur Général Adjoint France





Questions ?

# MERCI

