Internet : 2012, annÃ©e du consommateur Â« hyper connectÃ© Â»
Internet
PostÃ© par : JulieM
PubliÃ©e le : 24/11/2011 13:00:00

Depuis des annÃ©es les analystes et **les experts annoncent la rÃ©volution du tÃ©lÃ©phone mobile** dans les habitudes de consommation.

Un changement qualifiÃ© de Â« rupture Â» qui conduira les acteurs de la distribution et les grandes marques Ã revoir en profondeur non seulement leur modÃ¨le de ventes mais plus encore, leur mode de communication et dâ□□interaction avec leurs clients confirme **Patrice NORDEY**, CEO Asie de Lâ□□**Atelier BNP Paribas**

Il est vrai que dans lâ□□histoire (courte) des technologies, cette annÃ©e les ventes cumulÃ©es de terminaux mobiles dans le monde (smartphones et de tablettes) dÃ©passeront pour la premiÃ¨re fois celles des ordinateurs (PC et ordinateurs portables) pour atteindre presque 500 millions dâ□□unitÃ©s.

Cette inversion de tendance devrait dâ□□ailleurs sâ□□accentuer fortement dans les annÃ©es Ã venir avec plus de 700 millions de terminaux mobiles vendus en 2013 contre seulement 400 millions dâ□□ordinateurs Ã la mÃªme pÃ©riode (selon le cabinet KPCB).

Le mobile commerce, ou m-commerce tel que le nomme les spÃ©cialistes, va Ã©videment bouleverser les pratiques actuelles du e-commerce qui a lieu principalement depuis la maison ou lieu de travail. Mais plus encore, il va changer les usages du commerce traditionnel, Â« lâ□□achat en magasin Â», qui reprÃ©sente encore 90 Ã 95% des ventes aux particuliers dans les pays oÃ¹ lâ□□Internet est le plus dÃ©veloppÃ©.

La meilleure illustration du moment est probablement la sociÃ©tÃ© Shopkick, lancÃ©e en aoÃ»t 2010 aux USA. La startup de Palo Alto propose Ã ses utilisateurs une application de gÃ©olocalisation sur mobile permettant de gagner des points et recevoir des coupons promotionnels sâ□□ils visitent des magasins partenaires. En seulement un an, la startup Ã enregistrÃ© des rÃ©sultats phÃ©nomÃ©naux. Plus de 2,3 millions de consommateurs ont tÃ©lÃ©chargÃ© lâ□□application gÃ©nÃ©rant ainsi plus de 2 millions dâ□□entrÃ©es physiques en magasin dans un rÃ©seau de plus de 3 000 points de ventes aux Ã□tats-unis. Une fois en magasin, des taux de conversion en clients de 15 Ã 20% ont Ã©tÃ© enregistrÃ©s selon que les consommateurs scannent ou non les Ã©tiquettes de produits lâ□□aide de leur tÃ©lÃ©phone. Au total, plus 700 millions de produits ont Ã©tÃ© consultÃ©s via lâ□□application dont 7 millions ont Ã©tÃ© scannÃ©s durant une visite en magasin.

Le nouveau terme Ã la mode rÃ©sultant de ces services gÃ©olicalisÃ©s est le O2O (Online to Offline) : la connexion du monde physique avec lâ□□Internet.

En Chine, oÃ¹ plus de 952 millions de personnes sont dÃ©sormais Ã©quipÃ©s dâ□□un tÃ©lÃ©phone mobile (septembre 2011), lâ□□adoption en masse des Smartphones et de la 3G nâ□□est pas en reste. Plus de 312 millions dâ□□individus surfent dÃ©jÃ sur Internet avec leur mobile, parmi lesquels 100 millions avec un Smartphone.

Dans les zones urbaines de Shanghai oÃ¹ PÃ©kin, lâ□□adoption du Smartphone atteint mÃªme 35%. Un taux similaire aux grandes agglomÃ©rations amÃ©ricaines telles que New-York ou Washington. Et le rythme dâ□□adoption ne cesse de sâ□□accÃ©lÃ©rer. La Chine est ainsi dÃ©jÃ devenue le second pays au monde pour le tÃ©lÃ©chargement dâ□□applications iPhone, juste derriÃ¨re les Ã□tats-unis. Pas si mal si lorsque lâ□□on sait que lâ□□App Store nâ□□a Ã©tÃ© lancÃ© en Chine quâ□□en Octobre 2010â□¦ !

Si le phÃ©nomÃ¨ne du O2O est parti des Ã□tats-unis, on peut sâ□□attendre Ã une amplification de trÃ¨s grande Ã©chelle en Chine Ã partir de 2012 qui compte dÃ©jÃ 172 millions de e-consommateurs. Lâ□□Ã¨re du consommateur hyper connectÃ© peut commencer !