

m-commerce : Lâ€™iPad, champion des achats en ligne
Internet

Post   par : JPilo

Publiée le : 20/12/2012 11:30:00

Dans son baromètre 2012 de la performance mobile, **zanox** a procédé    une analyse des transactions g  n  ral  es sur plus d  un millier de ses programmes annonceurs. De ces résultats, le leader européen de la publicité    la performance a pu tirer des **analyses sur le comportement des nouveaux acheteurs nomades**.

zanox, le réseau publicitaire    la performance leader en Europe, publie les résultats de son baromètre 2012 de la performance mobile. Avec plus de 53 % des revenus g  n  ral  s entre janvier et septembre 2012, les possesseurs d  iPad sont les grands champions de lâ  achat en ligne en Europe. Et pour cause : ils ne se comportent définitivement pas comme la plupart des internautes. Ils surfent plus longtemps, regardent plus de séries TV en ligne et jouent davantage    des jeux promotionnels. Ce constat est également établi par une étude réalisée par IAB Europe (Interactive Advertising Bureau Europe). Mais les différences ne s  arr  tent pas là. Dans son baromètre, zanox met en exergue les habitudes de shopping en ligne spécifiques aux utilisateurs de la tablette d  Apple.

L  iPad domine le shopping en ligne sur les supports nomades

zanox.

Afin de fournir une analyse détaillée du comportement des utilisateurs d  iPad en matière de shopping, zanox a procédé    une analyse des transactions g  n  ral  es sur plus d  un millier de ses programmes annonceurs. Au cours de lâ   tude, zanox a relevé que plus d  une transaction mobile sur deux (54 %) a été effectuée depuis un iPad. Le chiffre d  affaires g  n  ral      partir d  iPhone représente quant    lui 23 % du volume total, tandis que la part revenant aux terminaux Android est de 21 %.

Près d  un tiers des transactions quotidiennes sont effectuées entre 18h et 21h

Commander les derniers produits tendance ou télécharger les derniers morceaux sortis, voici le quotidien classique de la communauté des utilisateurs d  iPad après le travail. Pr  s d  un tiers des transactions quotidiennes (27,13 %) ont lieu entre 18 h et 21 h sur ce terminal. Et lâ  on note une activité accrue des utilisateurs d  iPad le dimanche. Le nombre de transactions effectuées ce jour-là est environ 25 % plus élevé que la moyenne des autres jours de la semaine.

Les scénarios d  usage diff  rent selon les terminaux utilisés, qu  il s  agisse de

terminaux mobiles, PC fixes ou ordinateurs portables. Les groupes dâ€™utilisateurs de ces terminaux font généralement leur shopping en ligne du lundi au jeudi ; le nombre de transactions baissant lâ€™généralement le vendredi et le week-end. Au-delà de ces tendances, il n est pas possible de déduire lâ€™heure de la journée durant laquelle les utilisateurs de terminaux mobiles préfèrent effectuer leur shopping en ligne : au cours de la journée, les transactions restent au même niveau sur tous les terminaux, outre iPad, de 6 h   22 h.

Les marchands et spécialistes de la mode ont   eux seuls engendré 68 % du chiffre d affaires du m-commerce sur iPad, en France, au cours des neuf premiers mois de 2012. Si lâ€™on compare la croissance de différents secteurs entre janvier et septembre 2012, par rapport   la même période en 2011, on constate un dynamisme particulièrement marqué des secteurs de la Distribution (222 %), des Télécommunications (223 %) et du Tourisme (213 %), pour les transactions sur iPad.

A habitudes spécifiques, campagnes spécifiques

 « *Le développement d une stratégie de m-commerce standard   tous les systèmes d exploitation n apporte pas une réponse appropriée aux spécificités de chaque groupe d utilisateurs mobiles. L iPad est un canal de m-commerce régi par ses propres règles. Les entreprises et les e-commerçants doivent garder cela   lâ€™esprit s ils souhaitent exploiter pleinement le potentiel de chiffre d affaires de ce canal*  », indique **Guillaume G lis**, Président de zanox France.  « *Les campagnes publicitaires pour lâ€™iPad doivent être adaptées aux habitudes spécifiques de ses utilisateurs.*  »

Advanced STORE,  diteur VIP exclusif du réseau zanox, constitue un bon exemple de prise en compte des habitudes des utilisateurs d iPad. Advanced STORE s est attaché   rester   lâ€™écoute des besoins de ce groupe cible spécifique.  « L iPad est le moteur de croissance le plus important du marché du m-commerce et ses utilisateurs présentent des habitudes d achat clairement différenciées. Pour ces raisons, nous prenons soin depuis longtemps d optimiser sp ciquement tous nos contenus publicitaires pour lâ€™iPad  », explique **Marc Majewski**, Fondateur et PDG d advanced STORE.  « *Nous avons commencé   adapter tous nos contenus publicitaires pour ce nouveau groupe d utilisateurs lors du lancement de lâ€™iPad 1. Cela nous a notamment conduit   écarter Flash et utiliser de manière ciblée des contenus de substitution adaptés   lâ€™iPad.*  »