



*Département  
Opinion et  
Stratégies  
d'Entreprise*

**b**  **onial**

# ***Etat des lieux du marketing digital***

**Décembre 2013**

Etude réalisée pour :

**Bonial**

Echantillon :

Echantillon de **1010 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

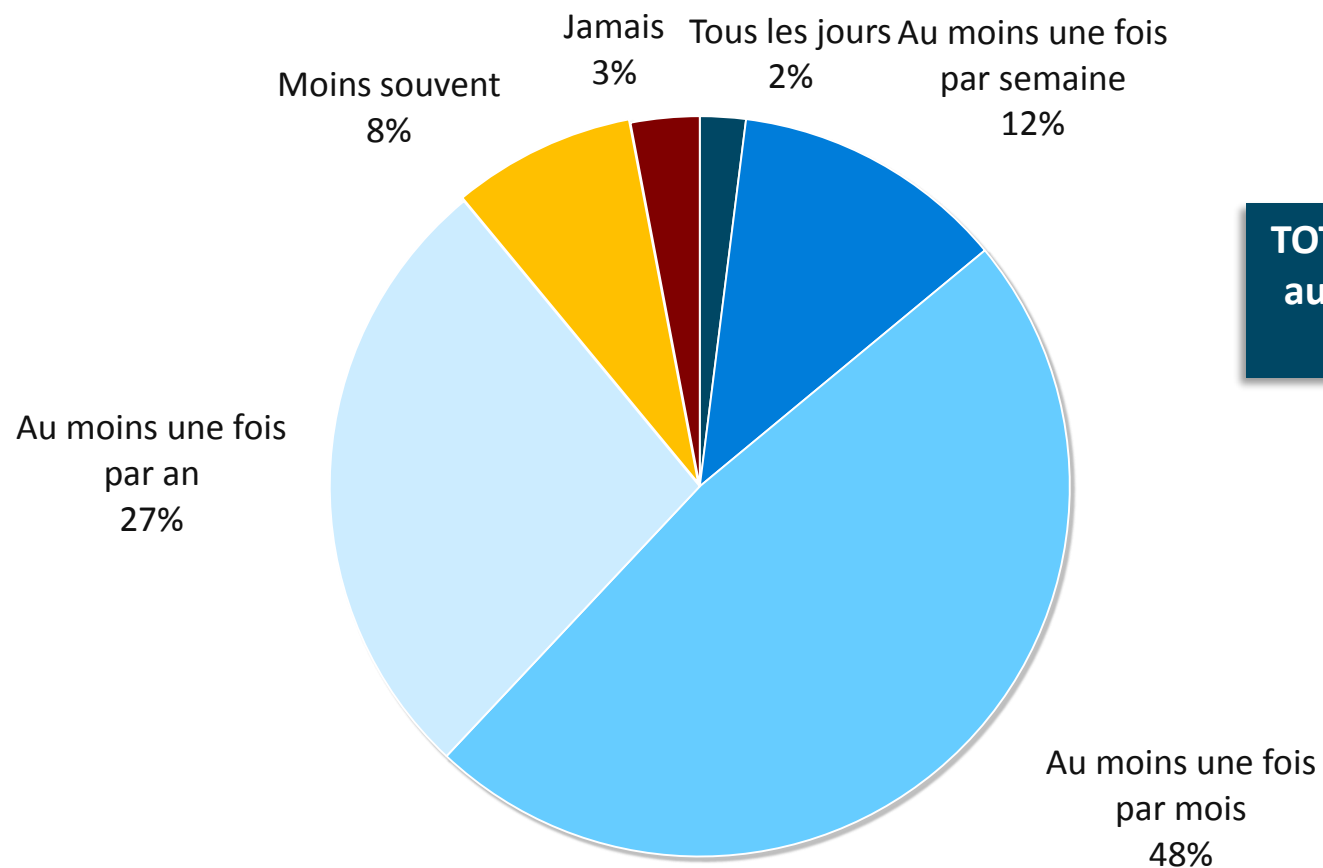
Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

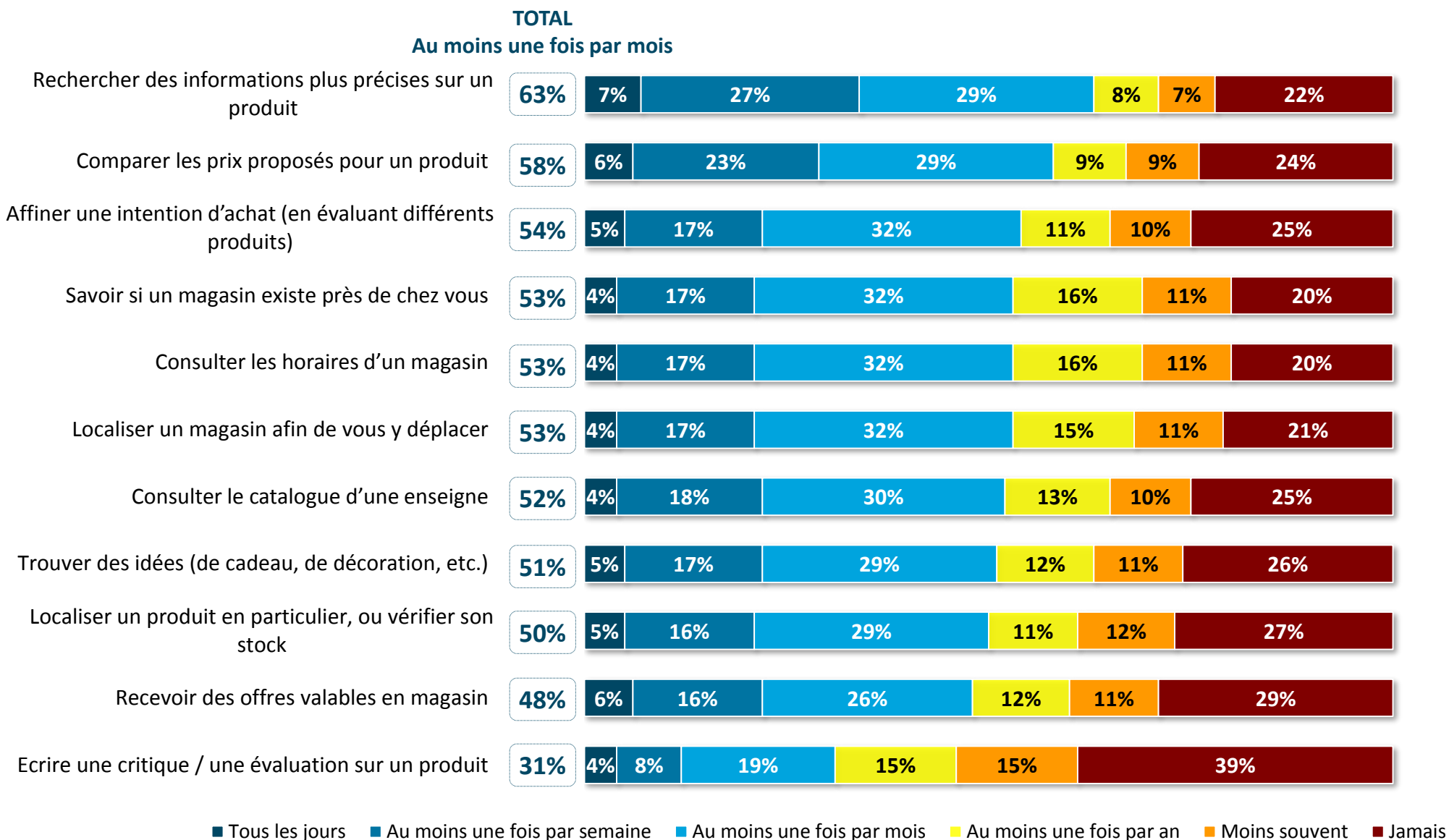
Du 30 octobre au 31 octobre 2013

Question : Vous personnellement, à quelle fréquence effectuez-vous des achats sur Internet ?



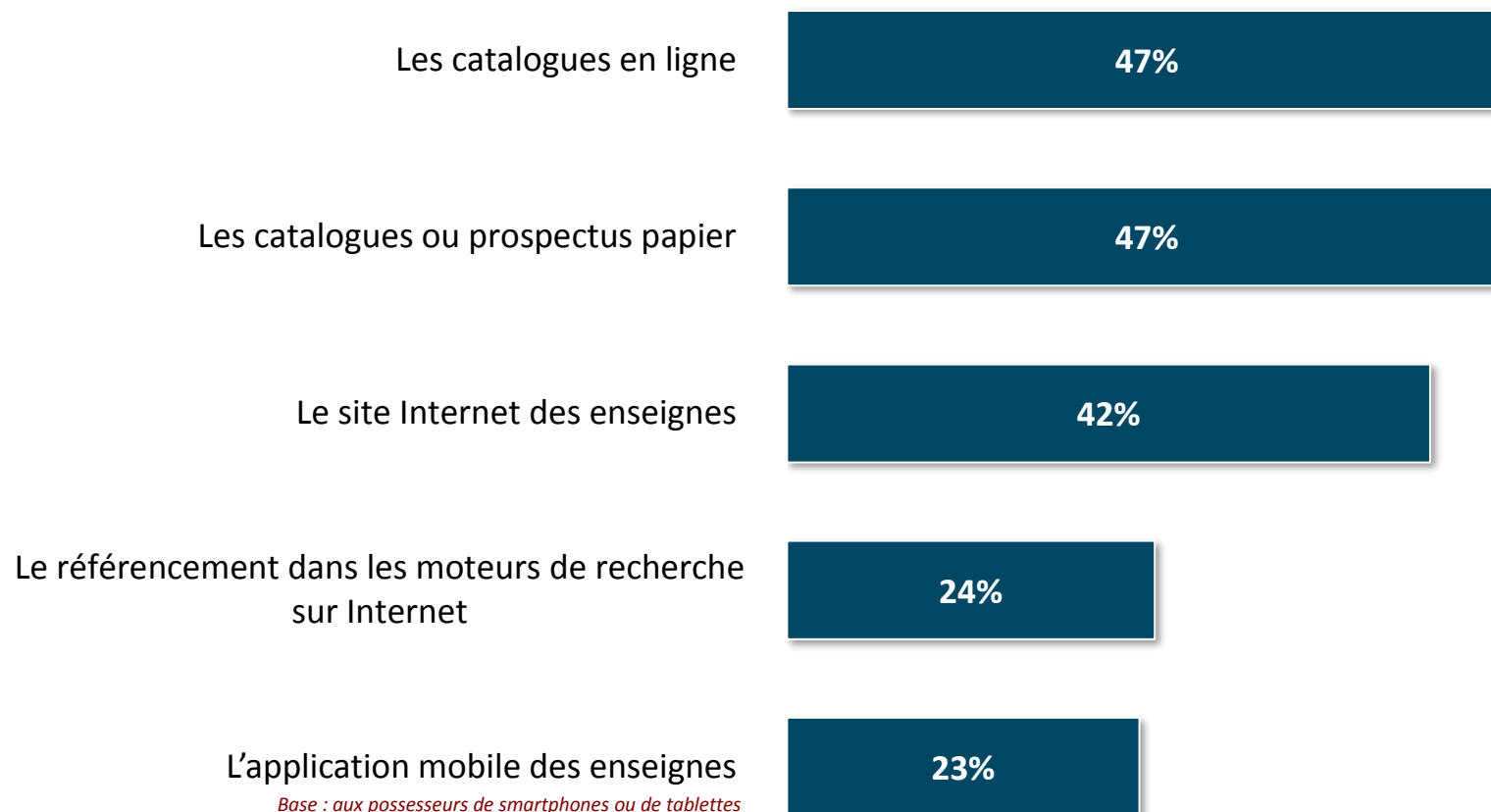
**TOTAL Achète sur Internet  
au moins une fois par an  
89%**

**Question :** Avec quelle fréquence utilisez-vous votre smartphone ou votre tablette pour... ?



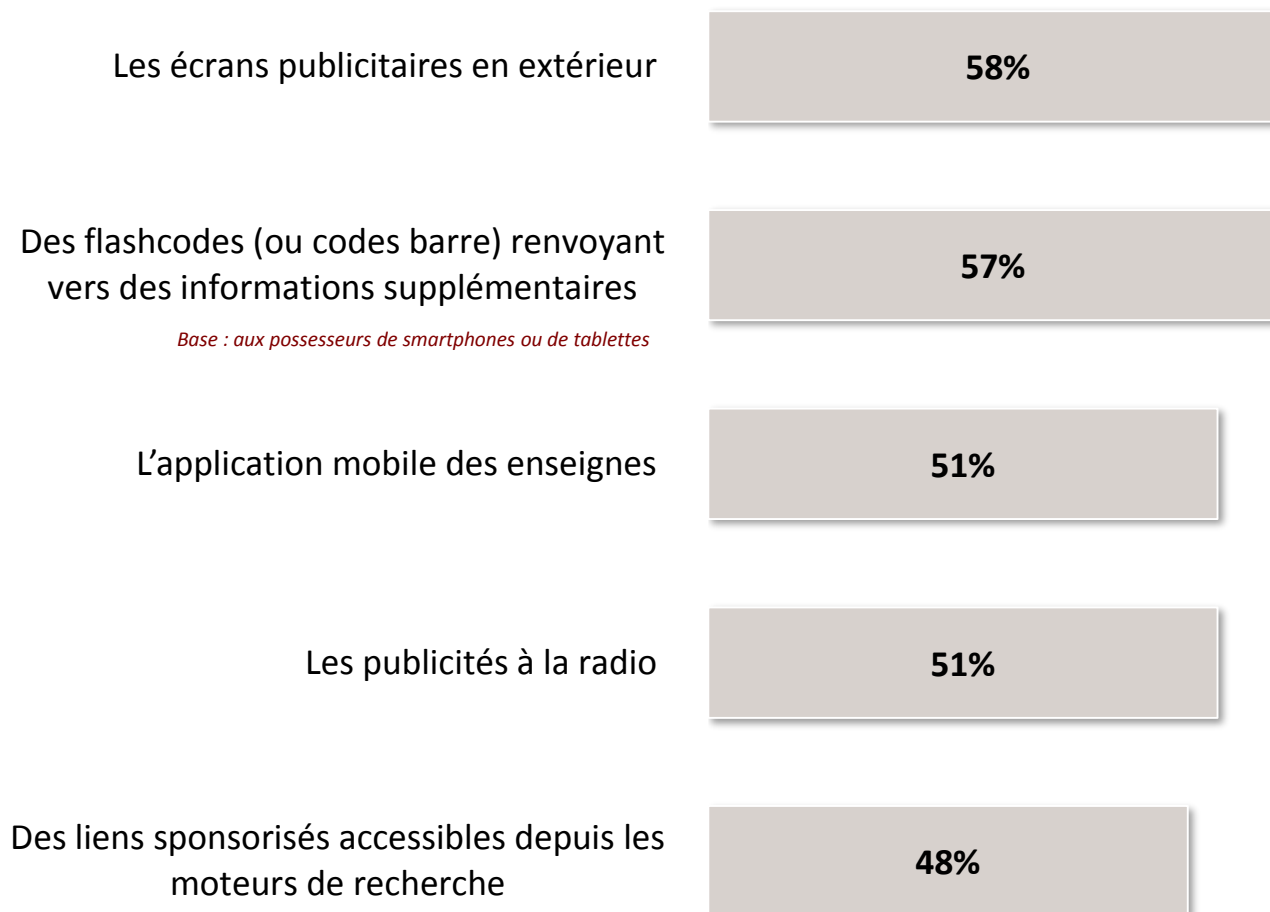
**Question :** De manière générale, lorsque les enseignes utilisent chacun des moyens suivants pour diffuser des messages de communication ou de publicité, quelle est votre réaction la plus fréquente ? Vous vous sentez intéressé, indifférent, agacé ou envahi ?

## Les 5 supports de communication qui intéressent le plus



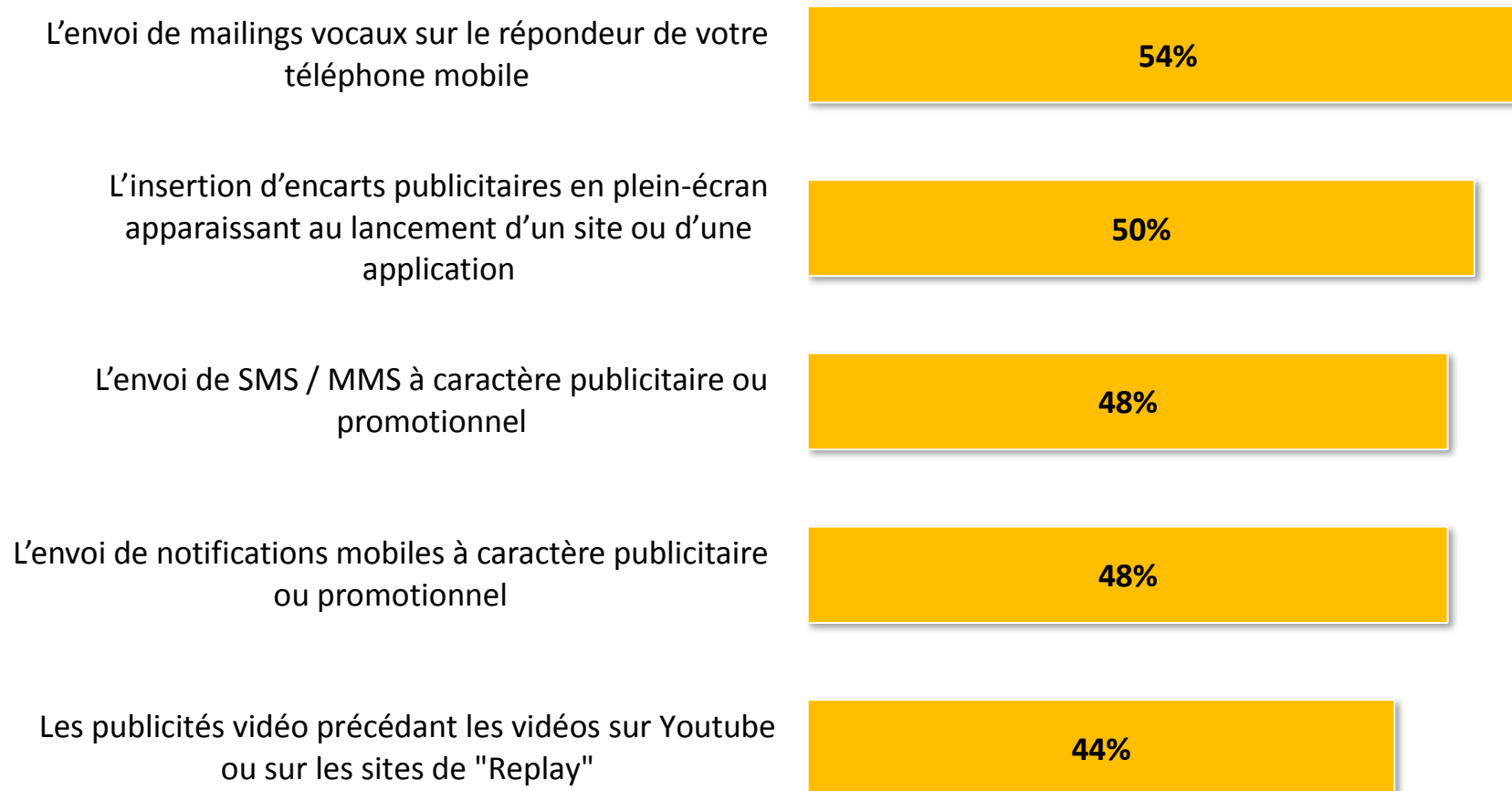
**Question :** De manière générale, lorsque les enseignes utilisent chacun des moyens suivants pour diffuser des messages de communication ou de publicité, quelle est votre réaction la plus fréquente ? Vous vous sentez intéressé, indifférent, agacé ou envahi ?

## Les 5 supports de communication qui indiffèrent le plus



**Question :** De manière générale, lorsque les enseignes utilisent chacun des moyens suivants pour diffuser des messages de communication ou de publicité, quelle est votre réaction la plus fréquente ? Vous vous sentez intéressé, indifférent, agacé ou envahi ?

## Les 5 supports de communication qui agacent le plus



**Question :** De manière générale, lorsque les enseignes utilisent chacun des moyens suivants pour diffuser des messages de communication ou de publicité, quelle est votre réaction la plus fréquente ? Vous vous sentez intéressé, indifférent, agacé ou envahi ?

## **Les 5 supports de communication qui sont jugés les plus envahissants**

L'envoi de SMS / MMS à caractère publicitaire ou promotionnel

19%

Des bannières publicitaires cliquables depuis un site Internet

20%

L'envoi de mailings vocaux sur le répondeur de votre téléphone mobile

26%

L'insertion d'encarts publicitaires en plein-écran apparaissant au lancement d'un site ou d'une application

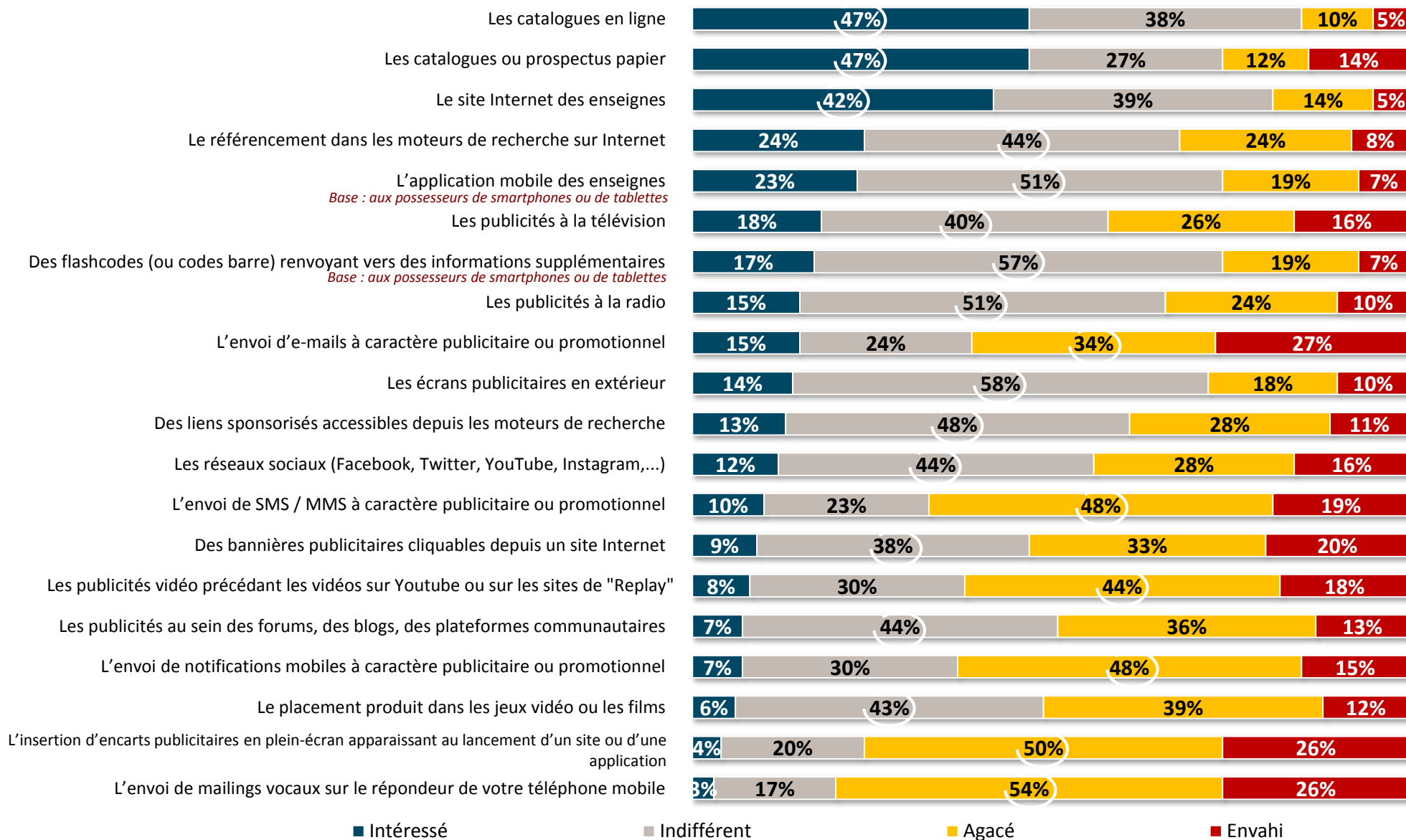
26%

L'envoi d'e-mails à caractère publicitaire ou promotionnel

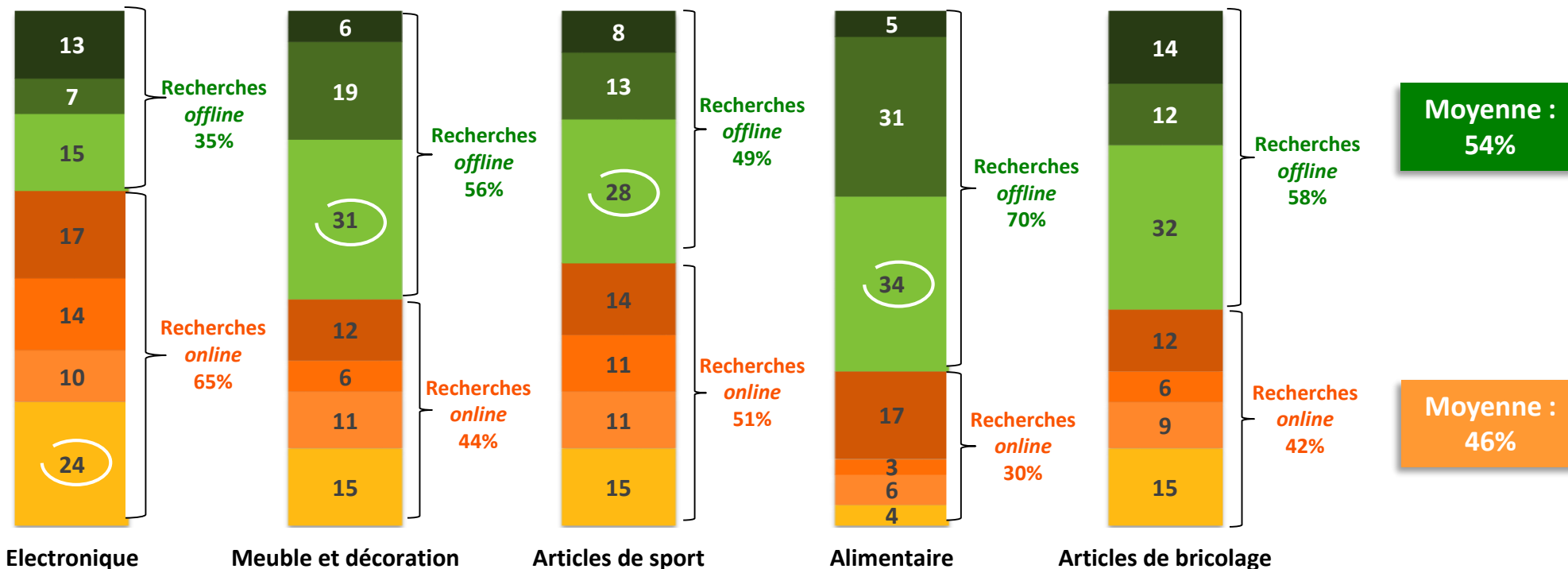
27%



**Question :** De manière générale, lorsque les enseignes utilisent chacun des moyens suivants pour diffuser des messages de communication ou de publicité, quelle est votre réaction la plus fréquente ? Vous vous sentez intéressé, indifférent, agacé ou envahi ?



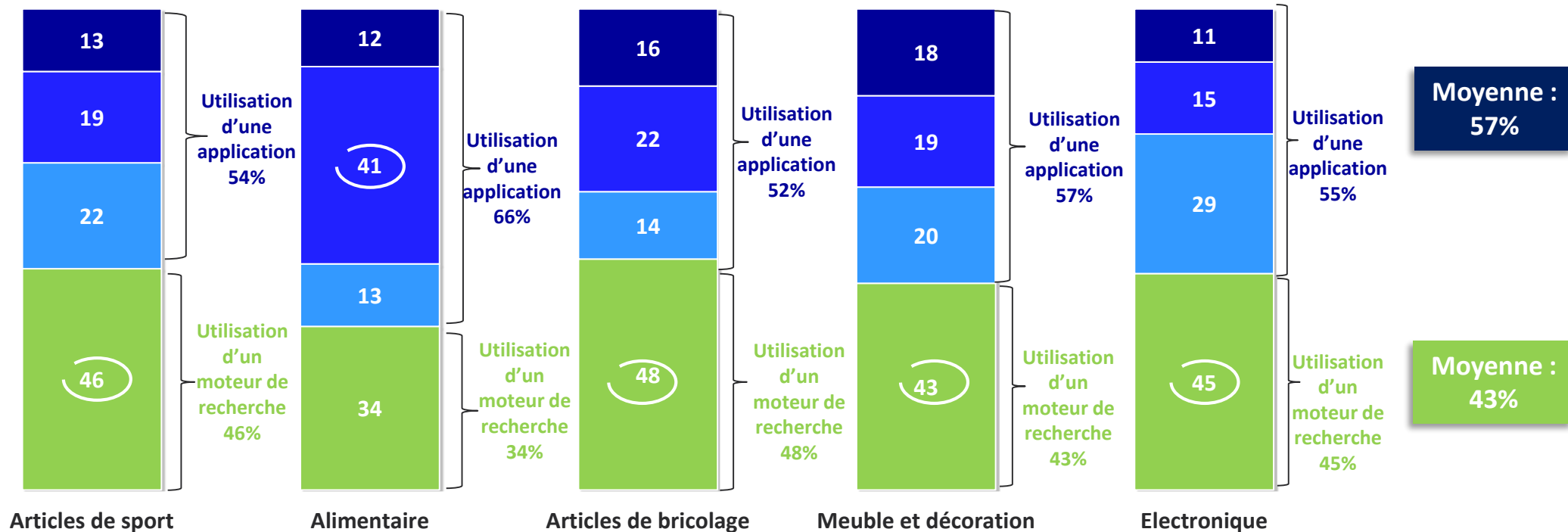
**Question :** Lorsque vous préparez chacun des types d'achats suivants, votre premier réflexe est de... ?



- Demander conseil à des proches
- Consulter des catalogues ou prospectus
- Vous renseigner en magasin
- Visiter directement le site Internet d'une enseigne dont vous fréquentez habituellement le magasin physique
- Visiter directement un site de vente en ligne "pure player"
- Visiter directement les sites des fabricants du produit
- Surfer sur le web en renseignant un moteur de recherche

# Le premier réflexe des consommateurs au moment de la préparation de différents types d'achats en utilisant un smartphone ou une tablette

**Question :** Lorsque vous préparez chacun des types d'achats suivants en utilisant un smartphone ou une tablette, votre premier réflexe est de ... ?



- Utiliser directement l'application mobile des fabricants du produit
- Utiliser directement l'application mobile d'une enseigne dont vous fréquentez habituellement le magasin physique (Fnac, Carrefour, ...)
- Utiliser directement l'application mobile d'une enseigne « pure player » (c'est-à-dire qui ne vend ses produits que sur Internet) ou d'une marketplace (Amazon / Priceminister / eBay / Le Bon Coin...)
- Consulter un moteur de recherche (via un navigateur mobile)