

**Les fêtes de fin d'année 2015**

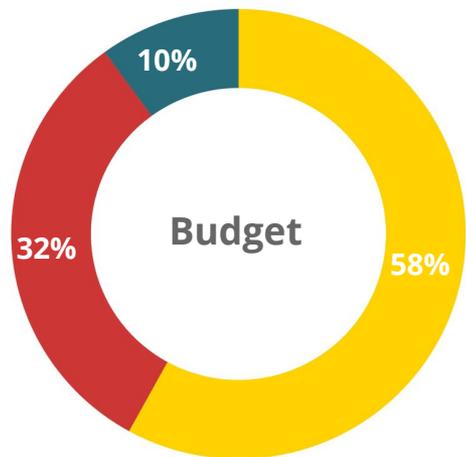
**Google**

Les Français ont consommé moins en 2014, sans changer la composition de leur panier mais en achetant toujours autant sur internet



**518€**

dépensés par foyer en 2014  
(- 4.5% vs 2013)



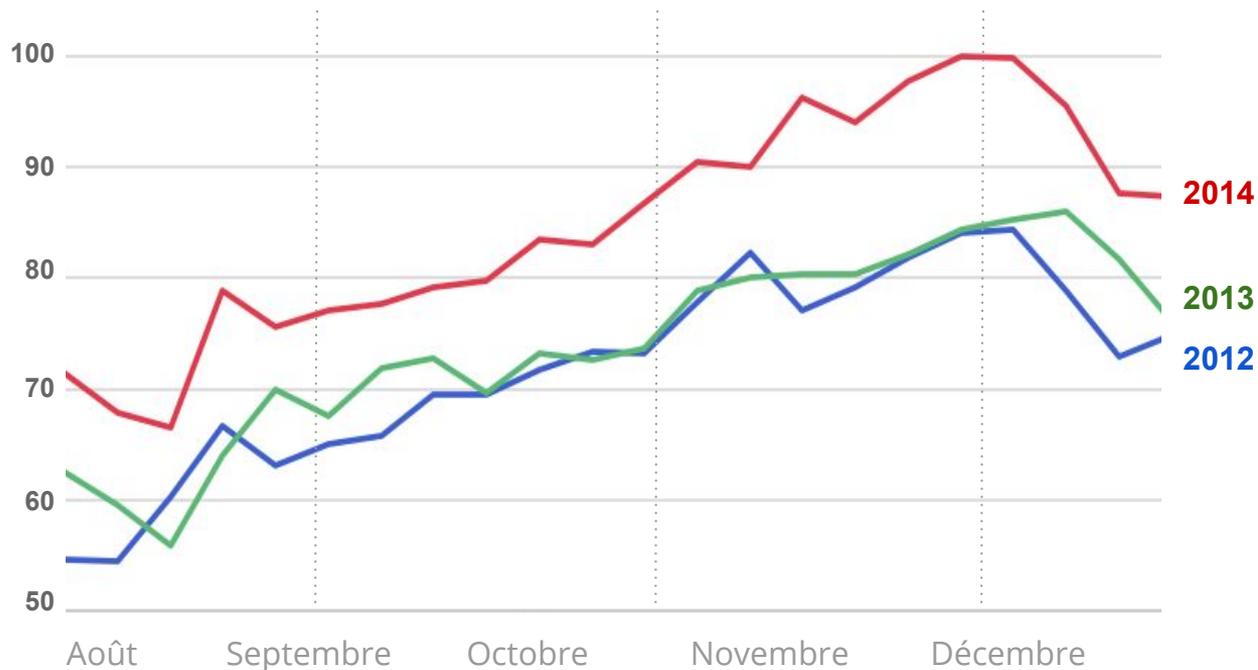
-  Cadeaux
-  Nourriture
-  Divertissement



**1/3**

des achats réalisés sur internet

# Au delà des achats en ligne, les préparatifs de fêtes s'intensifient sur internet



**15%**

augmentation des  
requêtes entre 2013  
et 2014

# La période des fêtes présente 4 challenges pour les retailers



## **Visibilité**

Accroître l'attractivité de votre marque et de vos offres



## **Conversion**

Transformer l'intérêt en acte d'achat online & offline



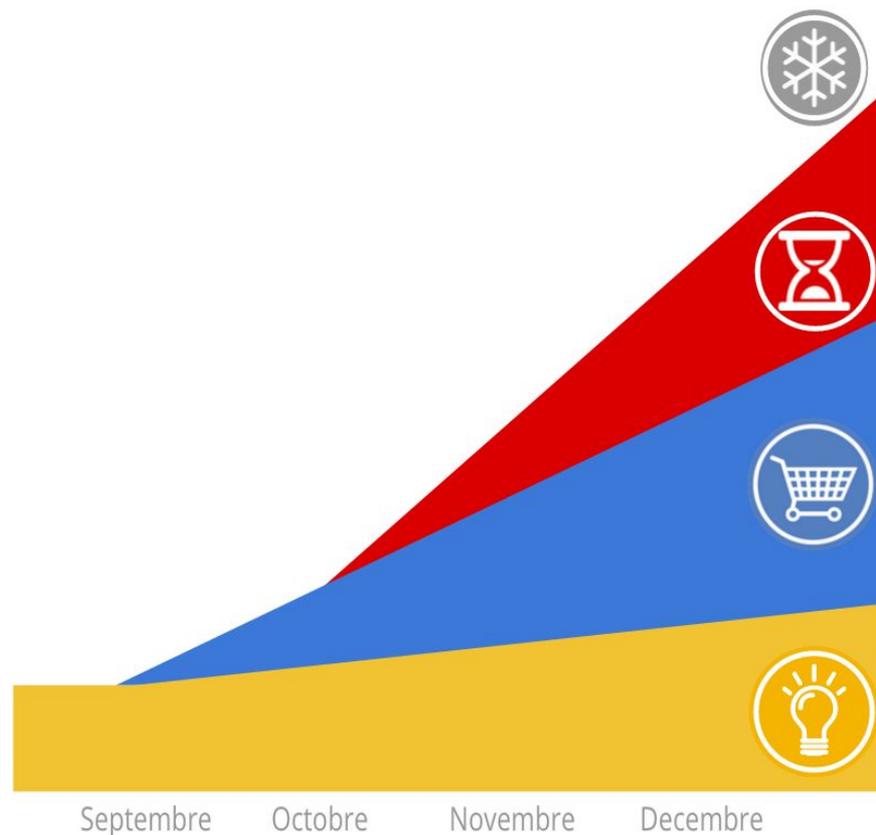
## **Proximité**

Capturer la demande des derniers jours



## **Accompagnement**

Rester présent au lendemain de Noël





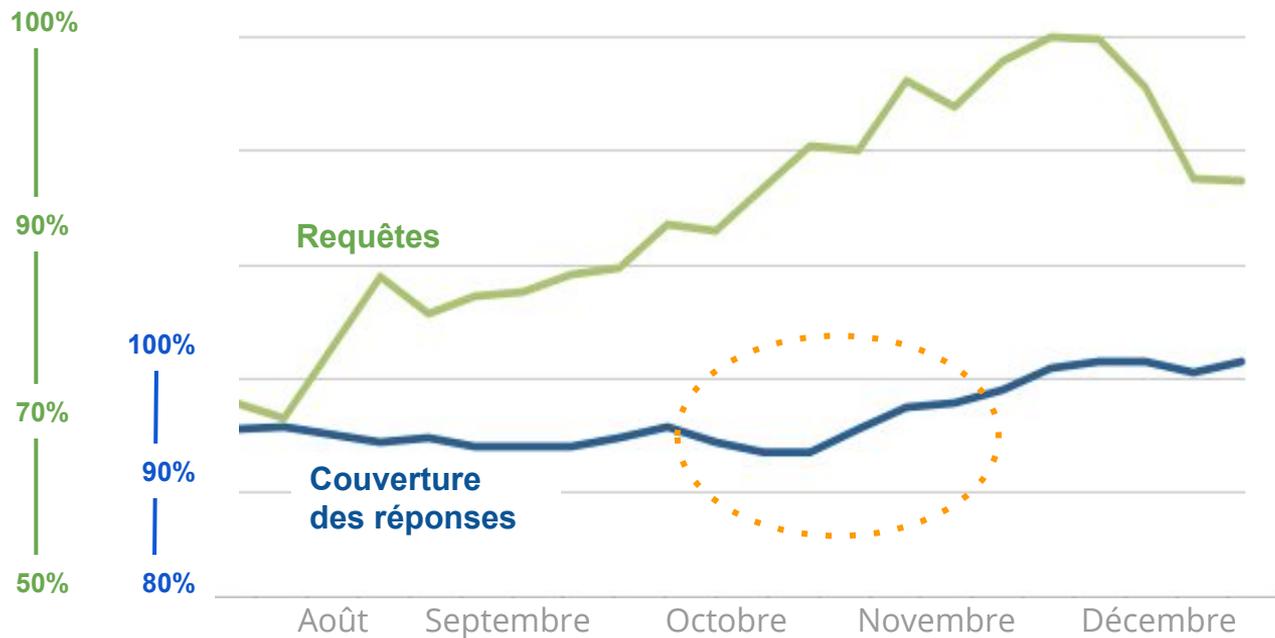
## Visibilité

Accroître la visibilité de  
votre marque et de  
vos offres

# La période de préparation comporte des enjeux sous-estimés



## Evolution comparée des requêtes et des couvertures des réponses\*



**Une faible  
couverture des  
réponses en pleine  
période de  
préparation des  
fêtes**



A Noël, les consommateurs sont en recherche permanente de nouveautés sur internet...

**25%**

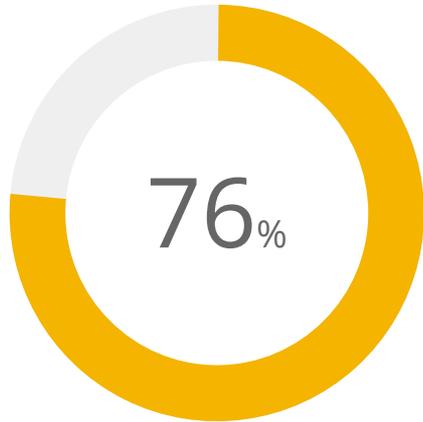
des clients effectuent des achats  
auprès d'une nouvelle marque



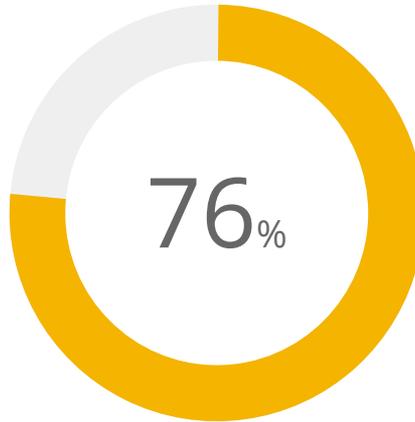


... et 75 % d'entre eux sont influencés dans leurs choix par la publicité online

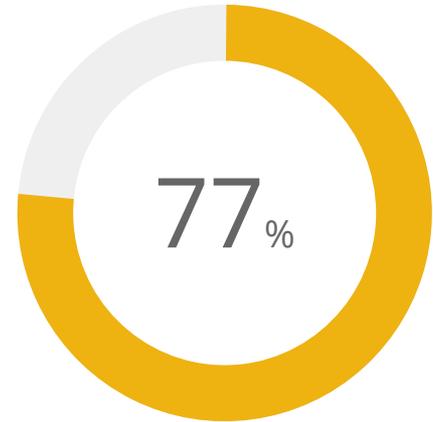
### Influence de la publicité online



sur le choix de la  
marque achetée



sur le lieu d'achat



sur le type de  
cadeau offert



# Les clés du succès pour intéresser les clients tout au long des fêtes

***Optimiser votre  
stratégie sur le  
search***



**Apporter les bonnes réponses aux  
bons moments**

***Communiquer  
via la vidéo***



**Développer l'association top of mind de  
votre marque au temps fort des fêtes de  
fin d'année et mettre en avant vos offres**



# Les marques utilisent la vidéo online pour engager émotionnellement le client

Burberry, *From London with Love*, Campagne Youtube



**9.3 millions de vues**  
**78 années de watch time**

*Les clients attendent davantage que de simples publicités*

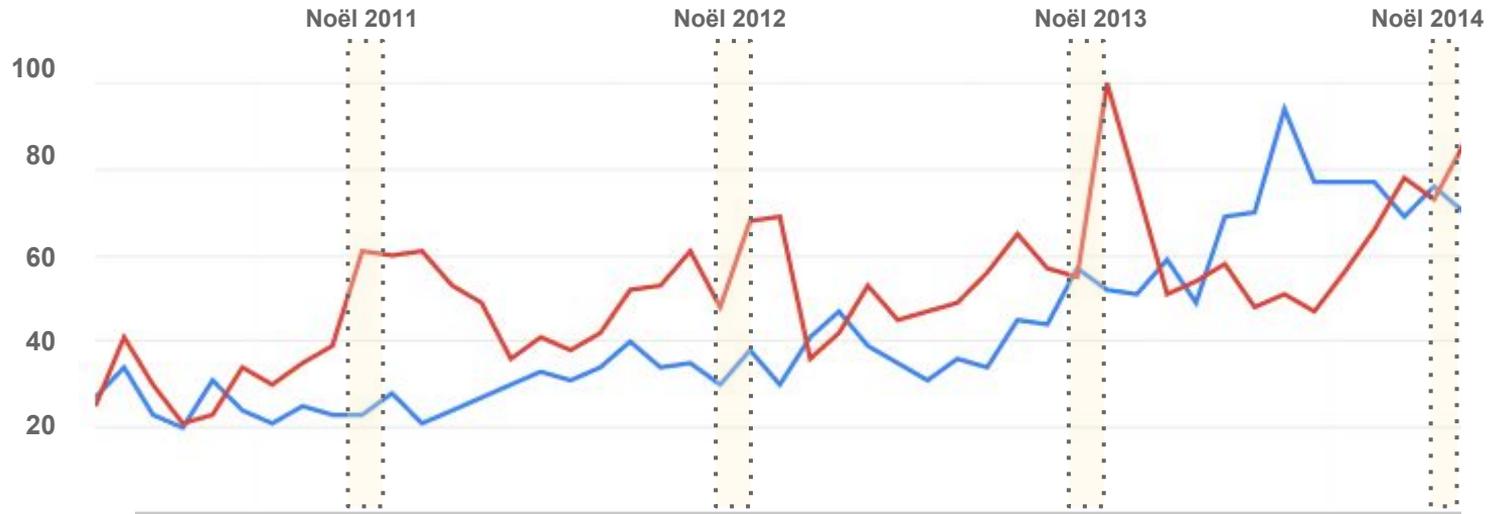
# 78%

**des futurs clients sont influencés**

par les contenus Youtube ou les bannières search  
(vs 64% pour les spots TV)



# L'unboxing / haul\* est un format pouvant augmenter votre visibilité



 Unboxing  
 Haul

**30** millions

de vidéos en ligne  
correspondant à cette  
nouvelle pratique



## Conversion

Transformer l'intérêt en  
acte d'achat  
online & offline



Le Black Friday & le Cyber Monday sont des moments déterminants avant la dernière ligne droite de Noël

**273 m€**

volume d'achat réalisé  
pendant ces 2 jours

**+27%**

ventes réalisées lors du  
Black Friday vs autres  
vendredis de l'année 2014



# Les marques et les retailers se positionnent sur ces deux temps forts ...

**KIABI**  
la mode à petits prix

Votre recherche (ex:robe tunique)

Compte client Mon panier

FEMME HOMME FILLE GARÇON BÉBÉ MAISON CHAUSSURES DÉGÜISEMENTS TENDANCES NOEL BLOG

Grand Jeu de Noël : Tentez de gagner des séjours d'exception à Disneyland® Paris ! Jouez !

Accueil | Black Friday

Rayons

Rayons

Femme du 34 au 52  
Grande taille femme  
Maternité  
Homme du S au XXL  
Grande taille homme  
Fille 18 mois - 5 ans  
Fille 4-12 ans  
Fille 10-16 ans  
Garçon 18 mois - 5 ans  
Garçon 4-12 ans  
Garçon 10-16 ans  
Fils 0-18 mois  
Garçon 0-18 mois

Coloris

**BLACK FRIDAY**  
-20% SUR LA SÉLECTION AVEC LE CODE BLACK20

JAMAIS VU CHEZ AUCHAN!  
**BLACK FRIDAY**  
AUCHAN EN MAGASIN ET SUR INTERNET

251 articles correspondent à votre choix : Black Friday

NOUVEAUTE

**Auchan.fr** | Auchan Drive.fr | Auchan Direct.fr

TROUVER MON MAGASIN

APPLIS MOBILES | CATALOGUES | NEWSLETTER - 10€ OFFERTS | CARTE FIDÉLITÉ | AIDE

Saisissez ici votre recherche

MON COMPTE | MON PANIER | 0€

Mes courses | Vin | Traiteur | Jardin | Jouets | Jeux vidéo | Informatique | TV Son Photo | Electro | Meubles | Cuisine | Linge de maison | Bébé | Vêtements | Photo Vidéo | Bricolage | Promos

LIVRAISON À RETOUR GRATUITS en magasins \* | Offre de crédit 0% \* | Mes avantages fidélité

**BLACK FRIDAY**  
VENDREDI 28 SAMEDI 29 ET DIMANCHE 30 NOVEMBRE

4 000 PIÈCES  
GPS START 20 M  
219 50€  
109 95€

**BLACK FRIDAY**  
Enceinte portable BEATS AUDIO 149€ 89€

**BLACK FRIDAY**  
Tablette SAMSUNG Galaxy TAB3 149€ 79€

**BLACK FRIDAY**  
Sèche linge CANDY 399€ 249€

**BLACK FRIDAY**  
Canapé d'angle POROS 899€ 45%

**BLACK FRIDAY**  
Robot pâtisssier DAEWOOD 269€ 50%

**BLACK FRIDAY**  
TV LG LED 99cm 269€ 70%

**Cdiscount**  
N°1 du e-commerce en France

Ma recherche  Rechercher

Espace client

**SOLDES BLACK FRIDAY!**

Imbattable! Vente à perte -33% sur plus de 15.000 Jouets!

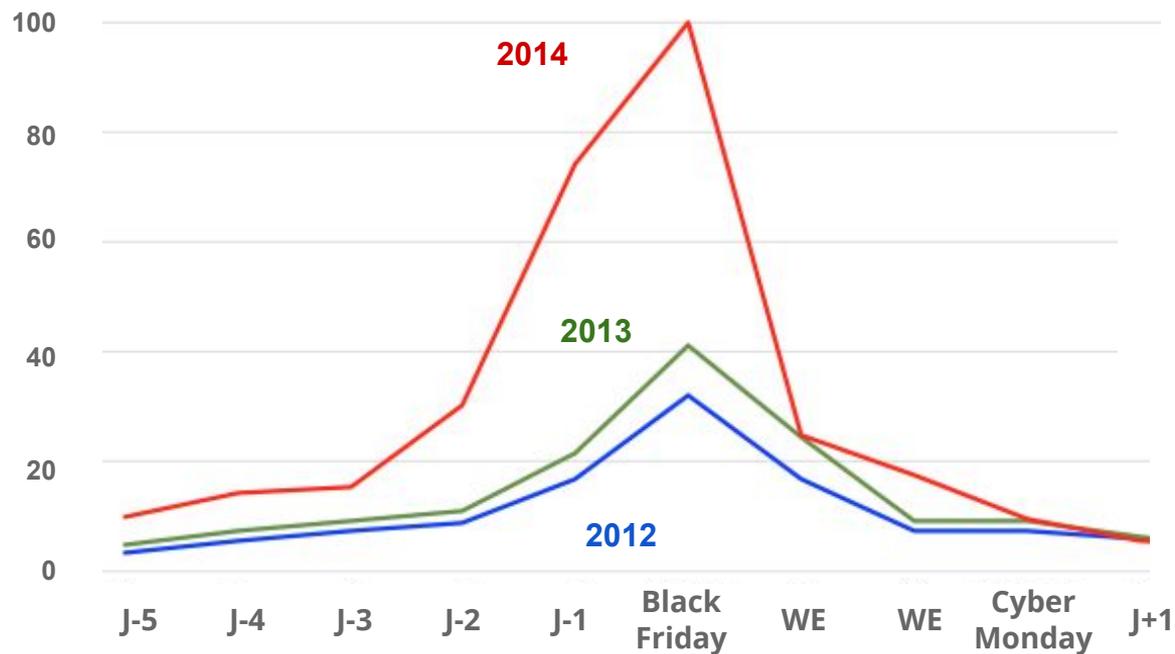
Aspirateur à seulement 19€99

Homme Préhistorique avec ours SOLDES -49%

Tablette Cdisplay à seulement 49€99

Pack PS4 Top vente! à seulement 399€99

... et ces opérations augmentent significativement les volumes de requêtes



**x2.4**

augmentation des requêtes  
entre 2013 et 2014



# Il est important d'être présent au bon moment pour maximiser les conversions

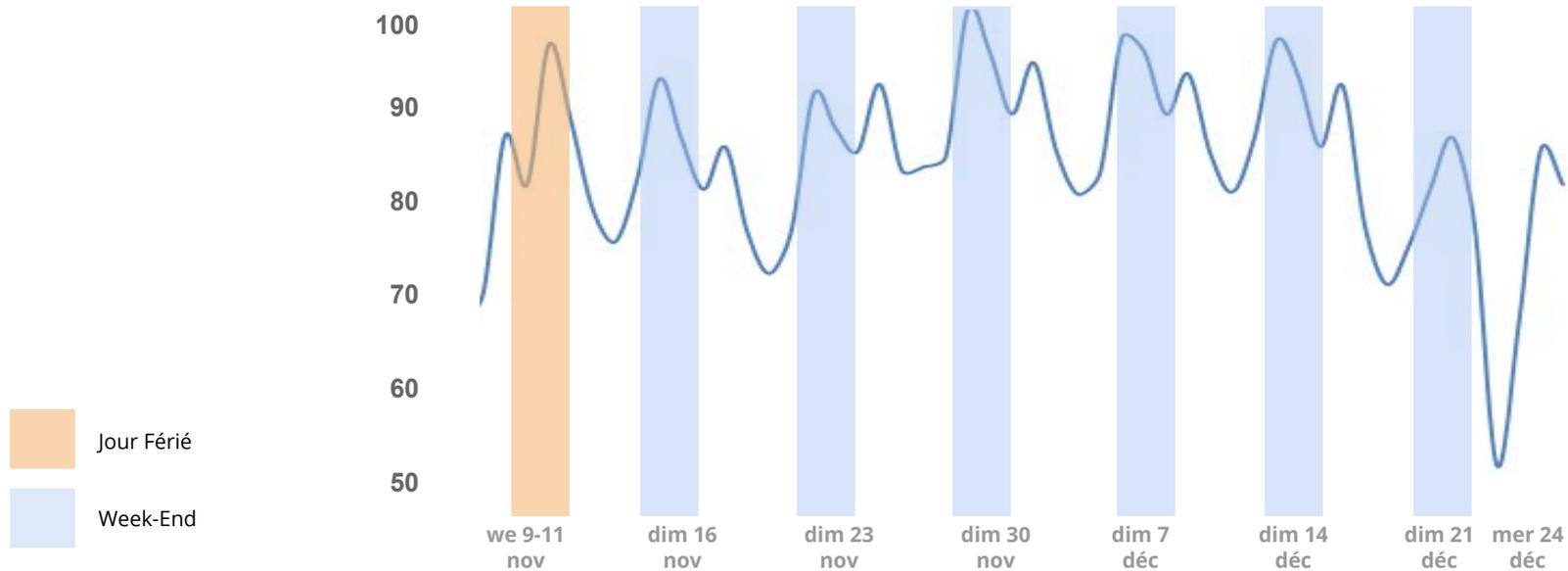
## Les pics de requêtes varient selon les catégories





Notamment lors des week-ends précédant les fêtes où les recherches s'intensifient

## Evolution du volume des requêtes





Pendant ces moments clés, les contenus “Spécial Noël” favorisent les conversions ...



- Créer un **contenu spécial** Noël engageant avec une possible **personnalisation** : recommandations, wishlist de Noël
- Créer des annonces **impactantes** avec une expérience d'achat sur mobile **irréprochable**



... au même titre que les offres et pratiques attrayantes

81%

des acheteurs cherchent  
des promotions



76%

des acheteurs privilégient la  
livraison gratuite



60%

des acheteurs sont sensibles  
aux incitations d'achat



# Optimiser sa conversion jusqu'au dernier jour



## *RLSA*



Miser sur les mots clés de saison  
Cibler une audience stratégique

## *Google Shopping*



Augmenter votre conversion sur l'ensemble des appareils grâce aux annonces shopping



# Adopter les bons formats pour maximiser les conversions via Google Shopping

Tous appareils

50%

de trafic supplémentaire  
généralisé par shopping

Mobile

x1.9

trafic supplémentaire redirigé vers  
les sites Q4 2014

Shop for ordinateur pas cher on Google

Sponsored ⓘ



Estuff  
Mssp6084 - ...  
€69.54  
eBay



Toshiba  
SATELLITE ...  
€269.00  
Darty



Advance Boitier  
Pc Micro  
€29.98  
RueDuComm...



X205TA-BING-  
FD024BS + ...  
€215.00  
GrosBill.com

- Cibler tous les produits de votre flux
- Cibler tous les appareils grâce aux campagnes universelles
- Contrôler les enchères et budgets quotidiens



Proximité

Capturer la demande  
des derniers jours

Les 10 derniers jours avant Noël sont une période critique



**2.4mds €**

dépensés

**+12%**

de volume d'achat réalisé par jour





# L'online-to-store devient la pratique privilégiée des late-shoppers



**20%**

des transactions en magasin sont précédées par des recherches en ligne

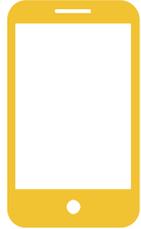


**50%**

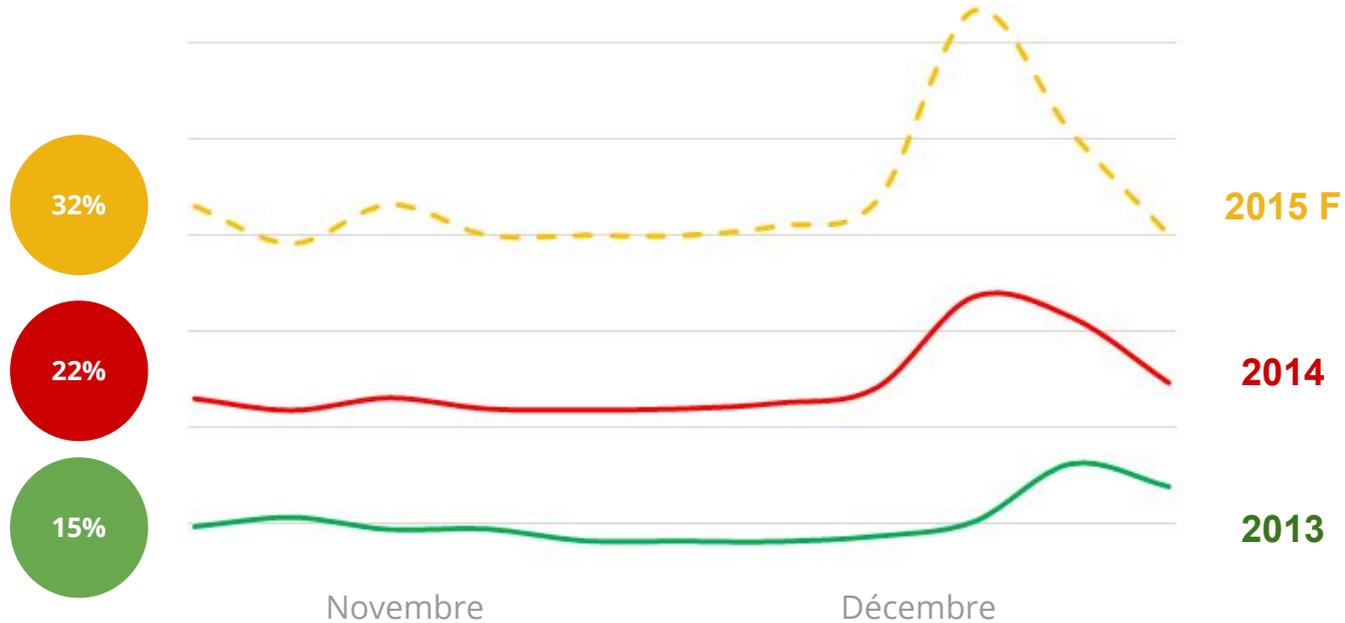
des individus effectuent une visite en magasin après une recherche mobile



Durant cette période, le mobile devient un véritable compagnon d'achat pour vos clients ...



### Pourcentage des requêtes réalisées sur mobile





... qui s'en servent pour rechercher des informations pratiques et de proximité



**Horaires d'ouverture**



**Itinéraire vers le magasin**



**Adresse du magasin**



Offrir un service sur-mesure permet d'attirer les late-shoppers

***Intensifier l'O2S via le référencement local et mobile***



**Approfondir les informations concernant la disponibilité des produits**

**Miser davantage sur la proximité**



**Accompagner le client jusqu'à vous**

***Rassurer les clients sur la livraison & les options click & collect***



**Créer des bannières impactantes pour soutenir la livraison des produits durant cette période**



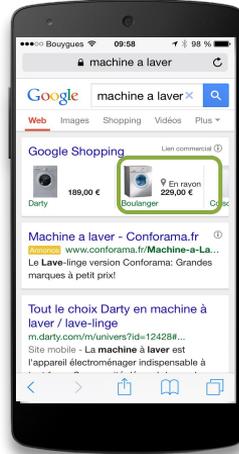
# Accompagner les recherches locales grâce à Maps, LIA et les enchères de proximité

## Se référencer sur Google Maps



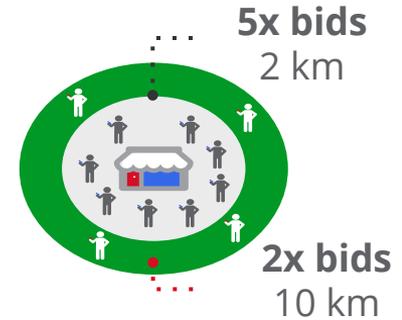
Indiquer à l'utilisateur l'itinéraire, le contact et les horaires

## Activer LIA sur Google Shopping



Indiquer la disponibilité de vos produits dans le magasin le plus proche

## Privilégier les enchères de proximité (Adwords)



Cibler les utilisateurs proches de vos points de vente



# Donner de la visibilité sur la date limite de livraison

Fnac 2013

The screenshot shows the Fnac website interface with a festive Christmas theme. At the top, there are navigation links for 'ADHÉRENTS', 'MAGASINS', 'ÉVÉNEMENTS', 'NOS CONSEILS', 'FNACPRO', 'ARGUS REPRISE', 'VENDRE', 'SAV & SERVICES', and 'AIDE'. A search bar contains 'Tous produits' and an 'OK' button. User account options include 'Mon compte', 'Ma liste de Noël', and 'Mon panier'. A horizontal menu lists various product categories like 'Livres, Ebooks Kobo', 'KIDS, jouets, bébé', 'Musique', 'DVD Blu-ray', 'Jeux vidéo Consoles', 'Informatique Tablettes', 'Photo Caméscopes', 'TV, Vidéo Home cinéma', 'Son, Casques HiFi, iPod', 'Téléphones GPS', 'Maison & Cuisine', 'Tirages photo', 'Coffrets cadeaux', 'Voyages', and 'Billetterie'. A red banner across the middle reads 'LIVRAISON GRATUITE EN MAGASIN' and 'SOYEZ LIVRÉ À TEMPS POUR NOËL!'. Below this, a large banner for 'LIVRAISON EXPRESS À 4€' is highlighted with a yellow circle. The banner includes a truck icon and the text 'COMMANDE PASSÉE AVANT 13H = LIVRÉE LE LENDEMAIN AVANT 18H'. To the left and right of this banner are vertical callouts for '1h RETRAIT MAGASIN' with the Fnac logo. Other sections include 'OUVERTURES EXCEPTIONNELLES DE NOS MAGASINS DIMANCHE ET NOCTURNE', 'TROUVEZ LE CADEAU IDÉAL' with a search form, and 'DEVENEZ ADHÉRENT CLUB FNAC' with an offer of '80 € OFFERTS SUR VOTRE CARTE FNAC'.

# Mettre en avant la possibilité de click & collect en magasin



The screenshot shows the Boulanger website homepage with a prominent 'RETRAIT 1H' promotion. The central banner features a Santa Claus character in an orange suit holding a gift, with the text 'COMMANDEZ VOS CADEAUX EN LIGNE DANS 1H C'EST PRÊT DANS LE MAGASIN DE VOTRE CHOI'. To the left and right of the banner are vertical banners that say 'SIMPLE RAPIDE GRATUIT' and 'COMMANDEZ EN LIGNE DANS 1H C'EST PRÊT EN MAGASIN!'. Below the main banner, there are sections for 'Le catalogue de Noël', 'Besoin d'idées cadeaux?', 'C'est nouveau!', and 'On a testé pour vous'. At the bottom, there is a section for 'OUVERTURES EXCEPTIONNELLES' with a dropdown menu to 'Sélectionnez un magasin Boulanger'.

The screenshot shows the Boulanger mobile app interface. The top navigation bar includes 'VOIR TOUS LES RAYONS'. Below it, the 'MAGASIN PRÉFÉRÉ' section is highlighted with a purple circle, showing the location 'PARIS - CHAMPS-ÉLYSÉES' and the opening hours 'Horaires d'ouverture: Ouvert aujourd'hui jusqu'à 23:45'. The bottom navigation bar includes icons for home, search, and cart.



Accompagnement

Rester présent  
au lendemain de Noël

# Au lendemain de Noël les recherches mobiles restent soutenues



Du 25 au 28 décembre

# +30%

de recherches supplémentaires effectuées sur mobile

# 1/3

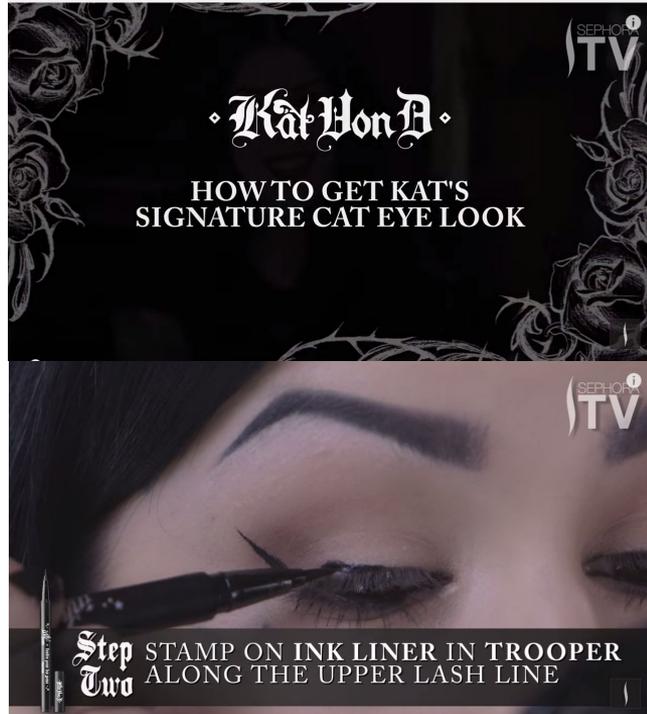
du total des recherches sont réalisées sur mobile

The image shows a person's hands holding a smartphone. Overlaid on the bottom half of the image is a screenshot of a mobile search results page. The page features a blue header with the text 'PRICELETTER VENDEUR 76 775 000 produits sur PriceMinister' and 'Mise en vente gratuite | Vente rapide par code barre | Prix fixe, durée illimitée | Garantie de paiement'. Below this is a large red banner that reads 'DÉÇU(E) PAR VOS CADEAUX DE NOËL ? Revendez-les sur PriceMinister !'. There are two buttons: 'Mettre en vente gratuitement!' and 'En savoir plus'. A section titled 'ET VOUS ?' contains a survey with three options: '...en double', '...que vous n'utiliserez pas', and '...qui ne vous conviennent pas'. Below the survey, it says 'Rien ne sert de blâmer le Père Noël ! Gardez le sourire...' and 'Ce qui ne vous convient pas peut faire le bonheur d'un autre.' At the bottom of the survey section is a button 'Revendez vos cadeaux!'. To the right of the survey is a green badge that says 'Mise en vente GRATUITE'. The right side of the screenshot shows an eBay search results page with a search bar, a search icon, and a list of products including a treadmill and an elliptical bike. The treadmill is priced at 251,90€ (509,82€ with 52% reduction) and the elliptical bike is priced at 108,70€ (199,10€ with 45% reduction). At the bottom of the eBay page, there are logos for 'bouygues' and 'B.YOU'.

# Utiliser les tutoriaux et les vidéos d'expériences utilisateurs pour susciter un nouvel intérêt



Sephora , *Kat von D Ink Liner*, tutoriel Youtube



# 80%

de progression sur la  
considération auprès des  
exposés

**2 min durée moyenne de  
visionnage**

# Garder une forte visibilité entre Noël et le jour de l'an



Capter de nouveaux utilisateurs sur le  
Search et le Display



Renforcer le lien affectif avec le client  
en mettant en avant votre application

# Ce qu'il faut retenir



1

Soyez visible et attractif dès Octobre

2

Soyez présent au bon moment sur tous les appareils

3

Misez sur la proximité pour attirer les late-shoppers

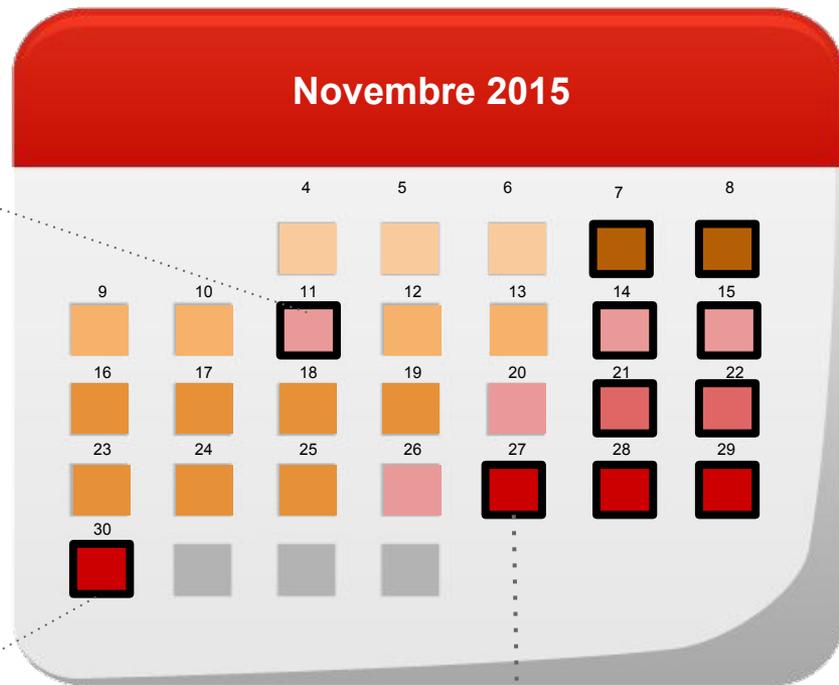
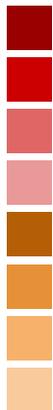
4

Restez actif et incontournable au lendemain de Noël

# Noël 2015 : les dates à ne pas manquer



Intensité des recherches



Week-ends



# Noël 2015 : les dates à ne pas manquer

Intensité des recherches

