



LE PROFIL DES E-ACHETEURS

Profil Sociologique

- Type majoritaire : Homme (6 sur 10), entre 35 et 44 ans, CSP+.
- Équipement mobile : 61% utilisent leur mobile pour leurs achats.
- Budget : Les 18-24 ans achètent moins cher et se renseignent davantage en ligne (74%).

Comportements

- Les e-acheteurs sont de plus en plus connectés et achètent en ligne et en boutique.
- Deux comportements principaux :
 - Web to store : Recherche en ligne (avis, disponibilités...) puis achat en magasin.
 - Showrooming : Se rend en magasin pour essayer, découvrir, puis commande en ligne (souvent à des conditions plus avantageuses).

Comportements

- Pour comprendre l'internaute e-consommateur et adapter le site marchand et les campagnes :
 - Analyse des requêtes et des données disponibles (avis, commentaires, sondages, groupes de discussion).
 - Évaluation grâce à des outils tels que Google Analytics (origine, centres d'intérêt, données démographiques des visiteurs).

Profil Psychologique des E-acheteurs (Selon Call To Action)

- Le Spontané : Réagit à l'émotion et prend sa décision rapidement. Influencé par les avis et les mises en avant sur le site. Recherche un contexte d'utilisation et apprécie la livraison gratuite et rapide.
- L'Humaniste : Influencé par les avis des autres mais est plus lent dans sa prise de décision. Aime les discussions instantanées.
- Le Méthodique : Analyse, compare et prend son temps avant de prendre une décision. Veut l'intégralité du site avant de se convaincre d'acheter un produit ou service.
- Le Compétiteur : Veut être certain d'avoir fait la meilleure affaire. Prend des décisions rapides mais lorsqu'il voit des «exclusivités» ou «quantité limitée». Il est difficile à convaincre mais se révèle ensuite très fidèle.