

LA PLACE D'INTERNET DANS LES ACHATS À LIMOGES

Le profil des acheteurs

63,5%



réalisent **au moins 1 achat par mois sur internet**

12 à 24 achats/an et par habitant de Limoges.

Échelle France : 12.8 achats/an

(source : IFOP étude « Les français et la consommation cross-canal », novembre 2013.)



18-24 ans

77%



25-39 ans

89%



40-60 ans

73%



60ans et +

37%

Les comportements d'achat



96%
utilisent un ordinateur



42%
utilisent une tablette



34%
utilisent un smartphone

France

74%

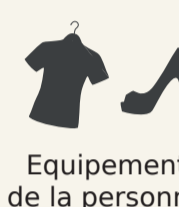


Culture - Loisirs
(livres, musique, spectacles...)

Limoges

77%

71%



Équipement
de la personne

63%

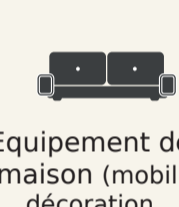
55%



High-tech
& Electroménager

45%

37%



Équipement de la
maison (mobilier,
décoration...)

27%

LES RAISONS



Gain de temps

1

L'absence d'accueil

Trouver le meilleur prix

2

L'absence de service

Plus de choix

3

L'impossibilité de toucher

LES LIMITES



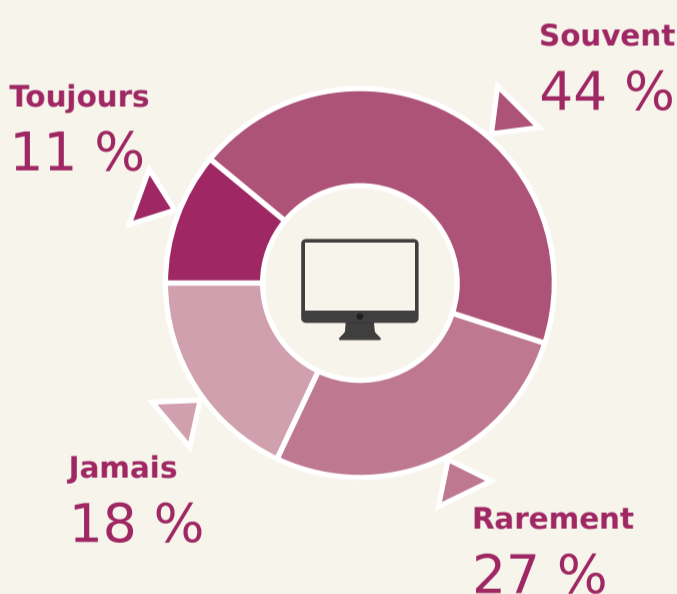
L'absence d'accueil

L'absence de service

L'impossibilité de toucher

Avant d'acheter...

L'acheteur recherche des informations sur internet :



46 % ont déjà trouvé un point de vente avec le produit recherché grâce à Internet.

36 % sont déjà allés voir un produit en magasin pour l'acheter ensuite sur Internet.

21 % ont acheté un article en ligne et l'ont retiré dans un magasin de la même enseigne.

En boutique...

Les principales attentes d'un client en magasin



Utilisation du smartphone en magasin :

34,5 % photographient pour l'envoyer par SMS ou partager sur les réseaux sociaux

21 % cherchent un meilleur prix

20 % consultent leur compte en banque

16 % cherchent de l'information sur le produit

7,5 % cherchent un meilleur prix dans un autre magasin

Lorsqu'un produit n'est pas disponible en magasin

50 %
essaient de le trouver dans un autre magasin



37,5 %
réalisent l'achat sur Internet



12,5 %
abandonnent l'achat

