

E-commerce: recherches virtuelles, mais achats physiques

Si l'e-commerce ne cesse de progresser, Internet reste d'abord une vitrine sur laquelle le consommateur se renseigne. Mais dans son comportement, l'achat physique reste une priorité puisque 9 fois sur 10 c'est dans un magasin qu'il consomme.

L'étude de BIGresearch vient confirmer le rôle essentiel que tient aujourd'hui Internet dans la démarche d'achat, ce qui impose aux entreprises d'être présentes et visibles sur le Web. En revanche, il reste un important chemin à parcourir entre la démarche prospective en ligne et la conclusion sur le même mode, puisque 87 % des internautes continuent d'acheter physiquement leurs produits, même si c'est sur Internet qu'ils l'ont recherché et trouvé. Sans surprise, l'étude révèle que les internautes recherchent en priorité des produits électroniques, des produits pour la maison, des appareils en général, et ? phénomène typiquement américain – des médicaments, des vitamines et des compléments alimentaires. La présence du terme générique 'appareil' n'a rien de surprenant, avant d'acheter, l'internaute se documente aujourd'hui en ligne. Enfin, BIGresearch révèle que les recherches s'effectuent en priorité sur Google, puis Yahoo, eBay et Amazon.com, et ensuite, là encore typiquement américain, sur Walmart.com, le site du géant de la distribution.