

Les sites commerciaux génèrent des ventes en magasin

Les sites commerciaux ont un effet très positif sur les ventes en magasin. C'est ce que révèle l'étude de Channel Intelligence, auprès de 4.000 internautes.

On savait que l'internaute qui recherche un produit ou service utilise une fois sur deux Internet comme support de sa recherche. Mais l'impact des sites commerciaux sur les ventes 'offline' était peu connu. Portant sur les sites des fabricants de produits informatique ou électronique, l'étude a démontré que 34,3% des internautes qui ont cliqué sur un lien « acheter » ou « trouver », qui pointe sur un site de vente en ligne, vont acheter physiquement le produit concerné dans la semaine qui suit. La surprise provient du décalage entre la recherche en ligne et l'acte d'achat en magasin. En effet, seulement 22,8% des personnes interrogées à l'issue de leur navigation ont déclaré qu'elles envisageaient d'acquérir le même produit? dans un délai de 30 jours. L'acte d'achat dépasse donc la prévision ! **Approche heuristique et appétance!** Au delà de la statistique, qui intéressera bon nombre d'entreprises disposant d'un site Web, l'étude démontre l'influence d'Internet dans l'acte d'achat. Dans une approche heuristique, l'aspect visuel d'une page web et du produit qu'elle présente joue indéniablement un rôle majeur dans la mémorisation du produit. Et dans l'accompagnement vers l'acte d'achat, par « *des stimuli du cerveau via un processus d'appétence.*