



webibox
la boîte qui fait cartonner la vôtre



La place d'Internet dans les processus de décision d'achat

Internet joue-t-il un rôle déterminant dans les choix d'achat des Français ?

Juillet 2015

Contacts :

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique & Opinion

Marion Desreumaux, Directrice d'études au Département Politique & Opinion

Maud Huguet, Chargée d'études au Département Politique & Opinion

SOMMAIRE

- > Méthodologie d'enquête P.3**
- > La recherche de renseignements sur Internet avant achat P.4**
- > Les outils pour se renseigner sur Internet et influence sur le processus d'achat P.9**
- > L' évaluation de la recherche d'informations sur Internet P.14**



Enquête réalisée en ligne du 21 au 23 juillet 2015.



Échantillon de 1019 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).



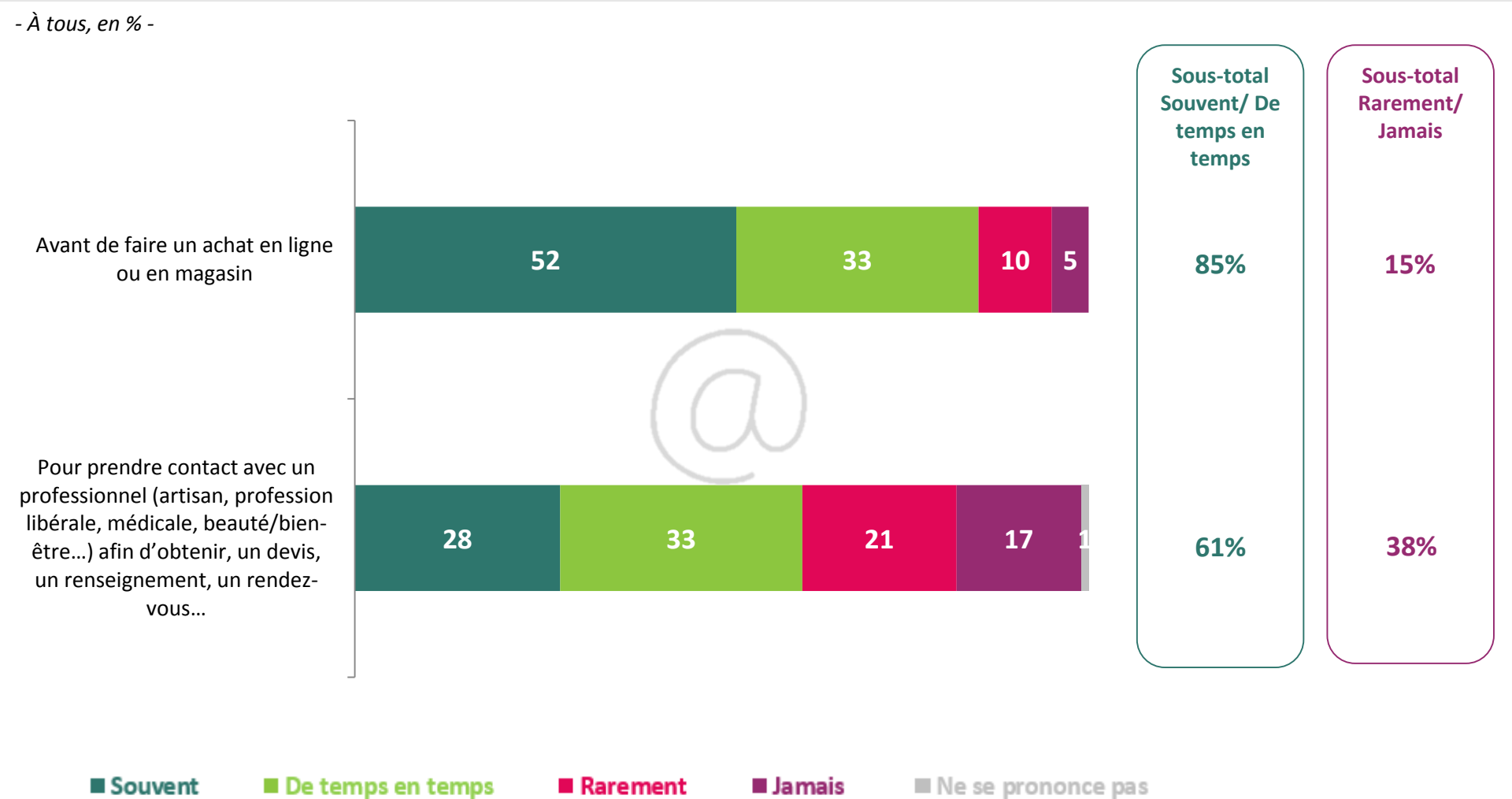
Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.
- Les chiffres suivis d'un astérisque (*) sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs.

La recherche de renseignements sur Internet avant achat

Se renseigner sur Internet est une pratique répandue : plus de la moitié des Français déclarent même souvent se renseigner sur Internet avant de faire un achat et plus d'un sur quatre pour contacter un professionnel

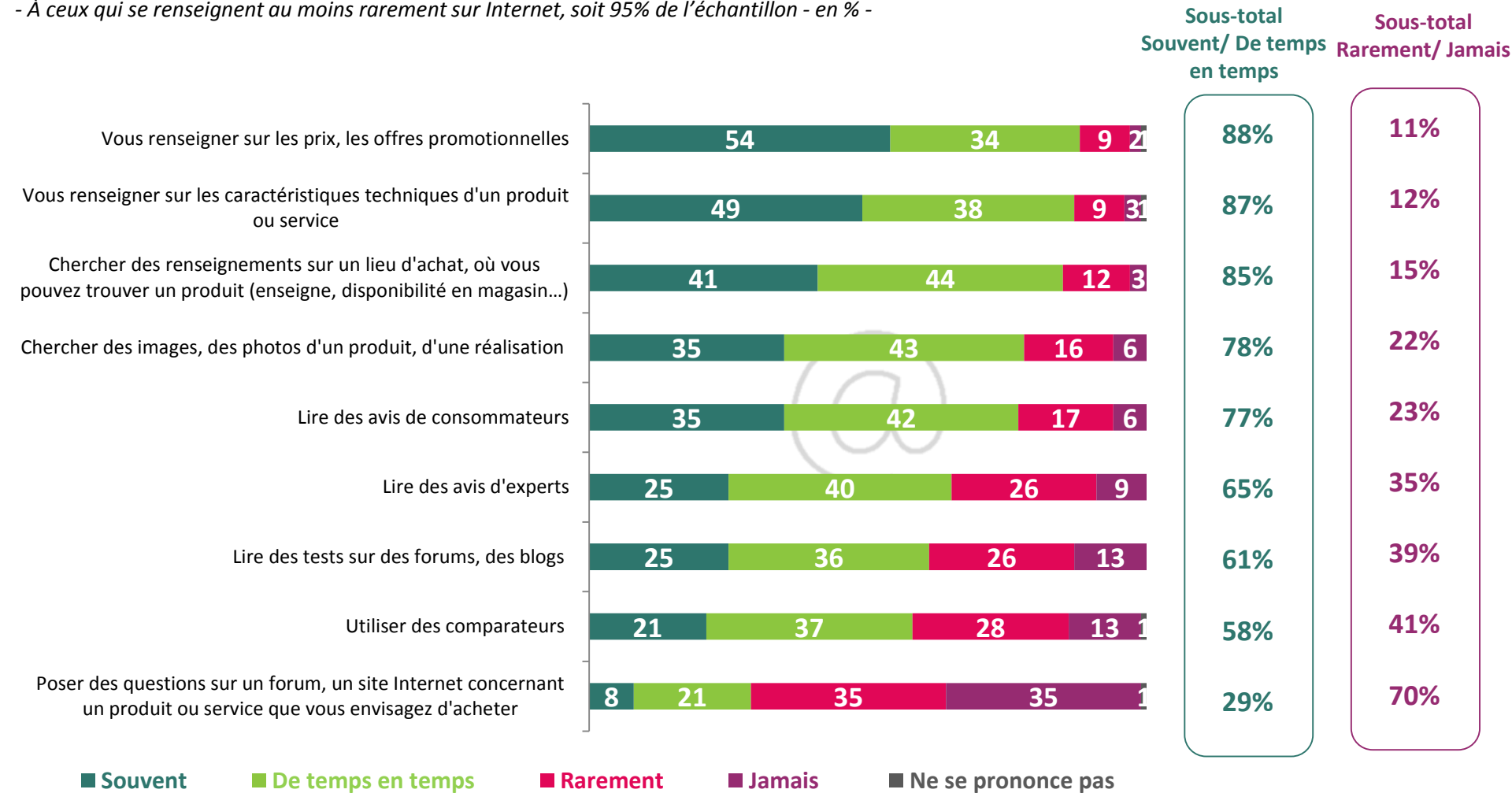
De manière générale, vous arrive-t-il de vous renseigner sur Internet ?



Ceux qui se renseignent sur Internet recherchent avant tout des indications sur les prix et les promotions, les caractéristiques techniques ou sur les lieux d'achat

Plus précisément, avant de faire un achat d'un produit ou d'un service, que ce soit sur Internet ou en magasin, vous arrive-t-il d'aller sur Internet pour ... ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -



Importance de l'utilisation d'Internet pour se renseigner avant de faire un achat ou pour prendre contact avec un professionnel

Plus précisément, avant de faire un achat d'un produit ou d'un service, que ce soit sur Internet ou en magasin, vous arrive-t-il d'aller sur Internet pour ... ? Indice*

- A tous -

Utilisation très importante d'Internet pour se renseigner avant un achat (8 à 9 comportements) : 39%

- 35-49 ans : 45%
- CSP+ : 43%
- Habitent en région parisienne : 47%

Utilisation assez importante d'Internet pour se renseigner avant un achat (6 à 7 comportements) : 29%

- Professions intermédiaires : 37%
- Déclarent faire des achats sur Internet de 1 à 3 fois/ mois : 32%

Utilisation peu importante d'Internet pour se renseigner avant un achat (1 à 4 comportements) : 24%

- Femmes : 28%
- 50 ans et plus : 29%

Non-utilisation d'Internet avant achat (aucun comportement): 8%

- 50 ans et plus : 12%
- Niveau de diplôme inférieur au Bac : 15%

* L'indice a été construit en comptabilisant le nombre de comportements adoptés souvent ou de temps en temps par les répondants.

Près de la moitié des Français se renseignant sur Internet cherchent l'information très en amont de l'achat pour avoir une opinion de l'offre

La plupart du temps, lorsque vous vous renseignez sur Internet avant un achat, est-ce... ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -

Très en amont de l'achat, de manière un peu exploratoire pour connaître et vous faire une opinion sur l'offre

Hommes: 51% ; CSP+ : 54%

46

Juste avant l'achat uniquement, sans être passé en magasin, pour quelques informations car vous avez une idée en général déjà assez précise de ce que vous cherchez

CSP - : 41%

36

Après être passé en magasin, pour vérifier des informations précises sur le produit / obtenir des avis complémentaires

Font des achats sur Internet moins d'une fois / mois : 28%

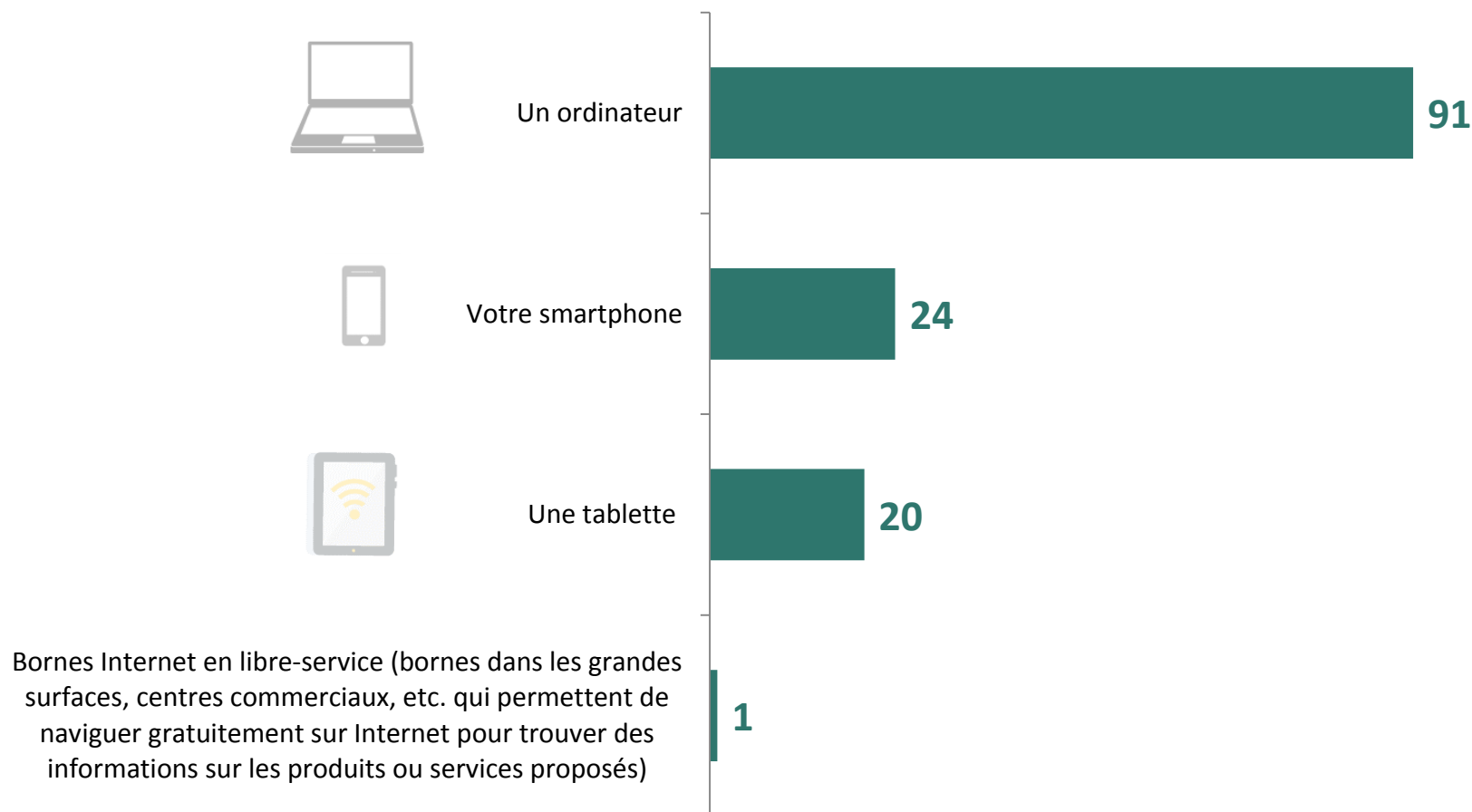
18

Les outils pour se renseigner sur Internet et influence sur le processus d'achat

L'ordinateur reste le moyen le plus utilisé pour trouver des renseignements sur Internet dans le cadre d'un achat

Et la plupart du temps, avant un achat, lorsque vous vous renseignez sur Internet, utilisez-vous principalement... ? (Plusieurs réponses possibles)

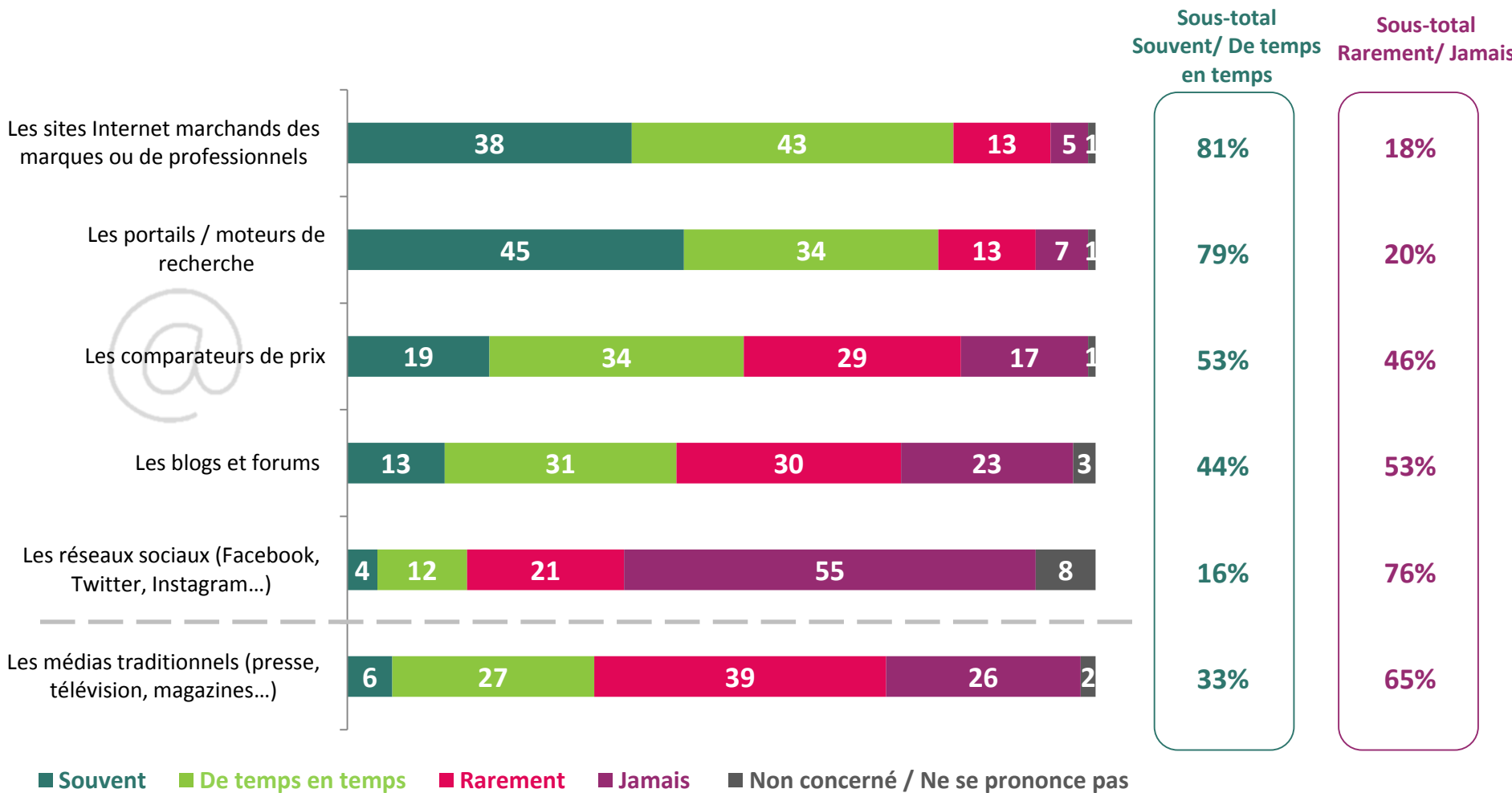
- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en %



Les moyens les plus utilisés sur Internet pour se renseigner sont les sites internet marchands des marques ou professionnels et les portails/moteurs de recherche

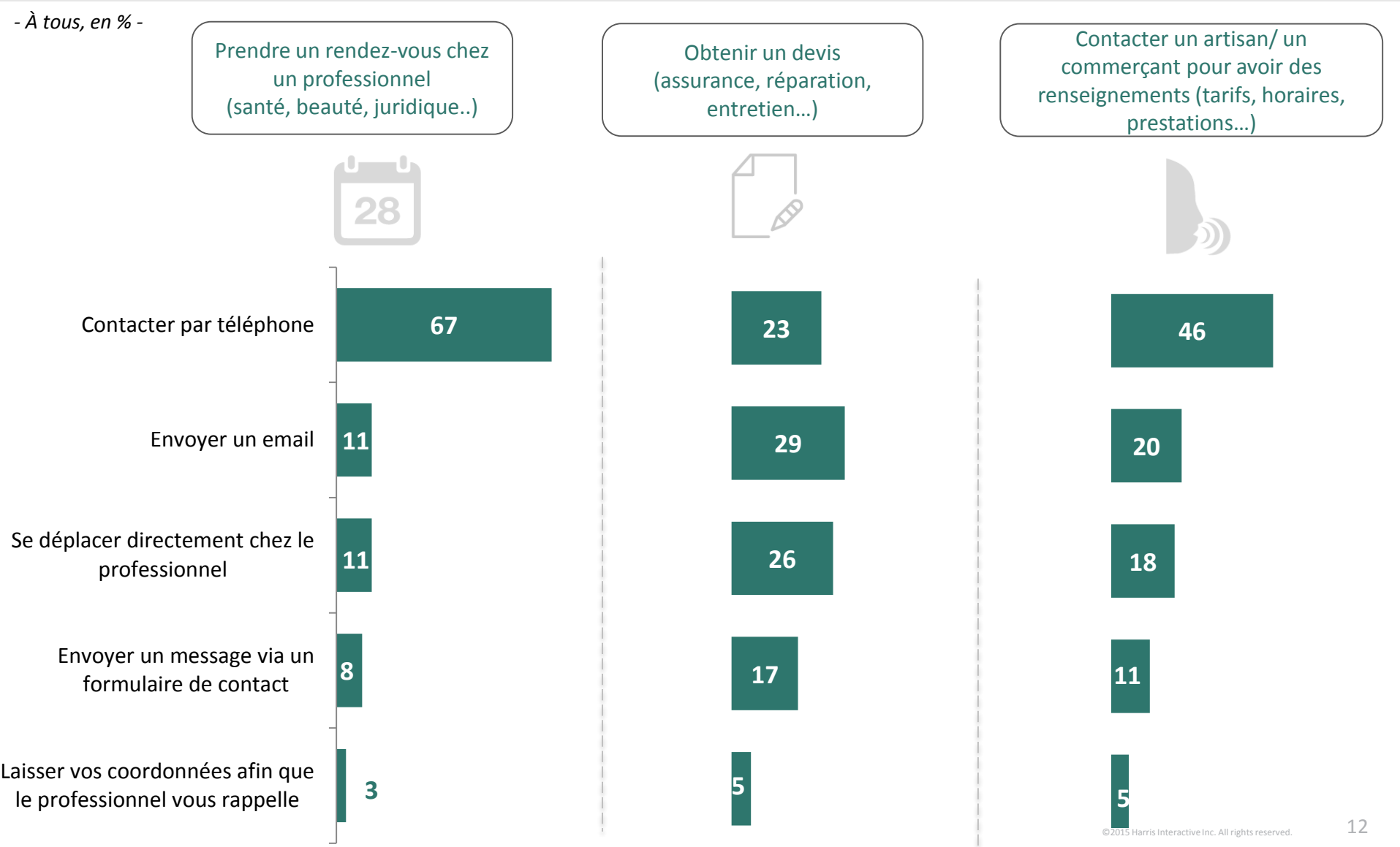
Et consultez-vous, pour vous renseigner avant un achat... ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -



Si les Français privilégient toujours le téléphone comme moyen de contact d'un professionnel, l'envoi de mail est apprécié notamment pour obtenir un devis ou contacter le professionnel pour obtenir des informations

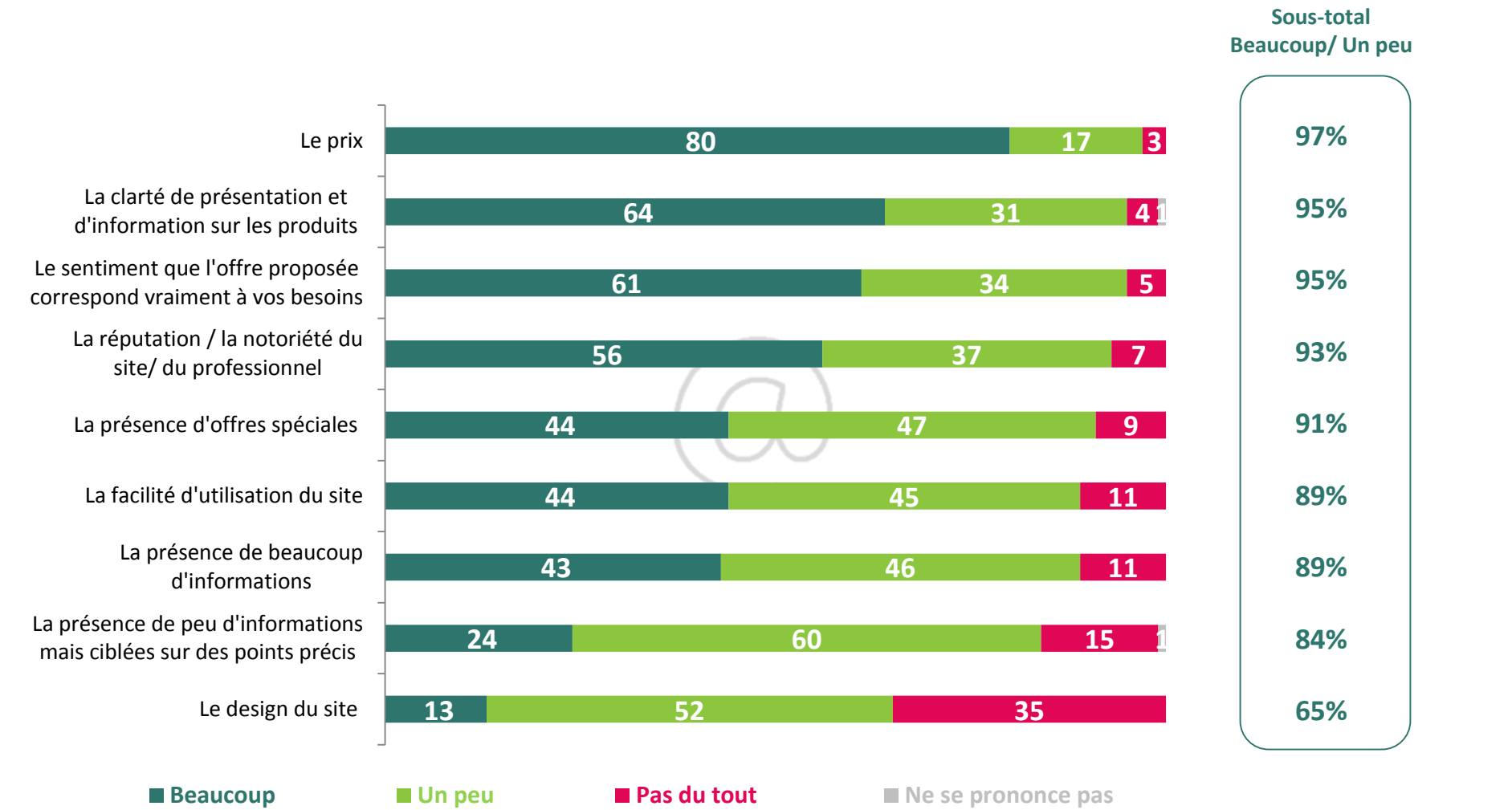
Quel moyen préféreriez-vous utiliser pour ...?



Beaucoup d'éléments sont désignés comme des facteurs impactant le choix d'achat : prix, clarté de présentation, réponse aux besoins du client, etc. Le design du site Internet est l'élément qui influence le moins le choix final d'achat même si 65% déclarent que cela a une importance

Lorsque vous vous renseignez sur Internet avant un achat, diriez-vous de chaque élément suivant qu'il influence beaucoup, un peu ou pas du tout votre choix final ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -



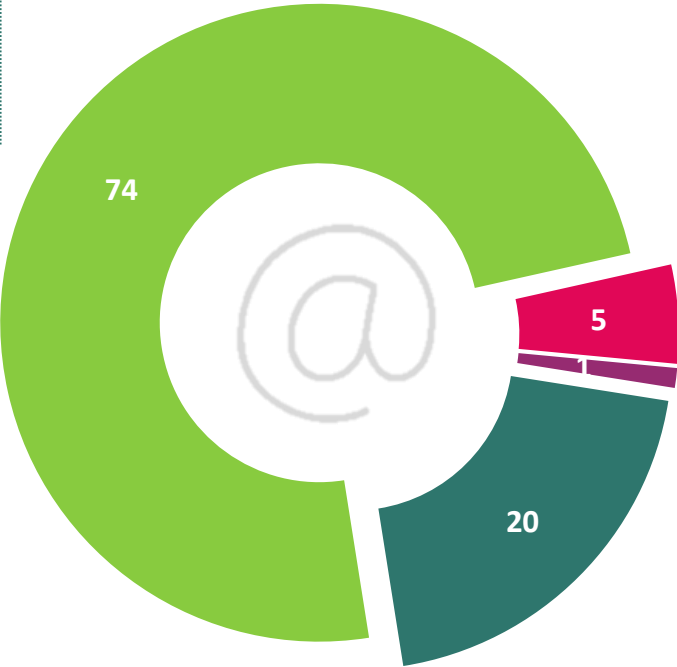
L'évaluation de la recherche d'informations sur Internet

Très majoritairement, les Français se renseignant sur Internet trouvent qu'il est facile de trouver les informations recherchées

Et diriez-vous qu'en général, vous trouvez facilement ou difficilement les informations recherchées lorsque vous vous renseignez sur Internet avant un achat d'un produit ou d'un service ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -

Sous-total Facilement : 94%
 Moins de 35 ans: 98%
 Habitent en région parisienne : 98%
 Se renseignement Souvent/ De temps en temps avant un achat : 95%
 Déclarent avoir confiance dans les informations trouvées sur Internet : 96%



Sous-total Difficilement : 6%
 50 ans et plus : 9%
 65 ans et plus : 11%
 Habitent en province : 7%
 Se renseignement rarement sur Internet avant un achat : 13%
 Font des achats sur Internet moins d'une fois/mois : 13%

Les informations trouvées sur Internet bénéficient d'un gage de confiance important par les Français

De manière générale, avez-vous confiance ou non dans les informations que vous trouvez sur Internet ?

- À tous, en % -

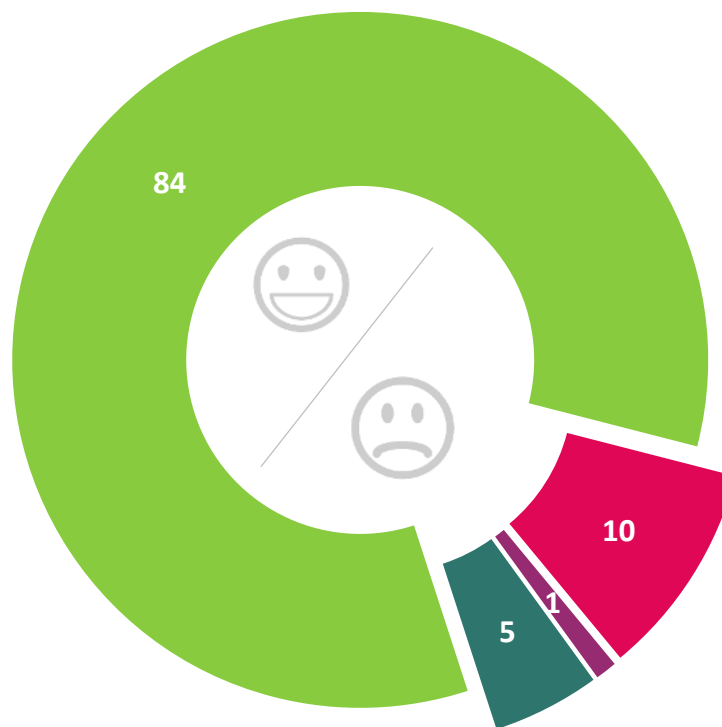
Sous-total Confiance : 89%

Habitent en région parisienne : 94%

Se renseignent sur Internet avant un achat ou pour contacter un professionnel souvent/de temps en temps : 93%

Se connectent à Internet en permanence ou plusieurs fois par jour : 91%

Achètent sur Internet au moins 2 ou 3 fois par mois : 98%



Sous-total Pas confiance: 11%

50 ans et plus : 14%

Habitent en province : 11%

Se renseignent rarement ou jamais sur Internet pour contacter un professionnel : 15%

Trouvent difficilement des informations sur Internet : 41%

■ Tout à fait confiance

■ Plutôt confiance

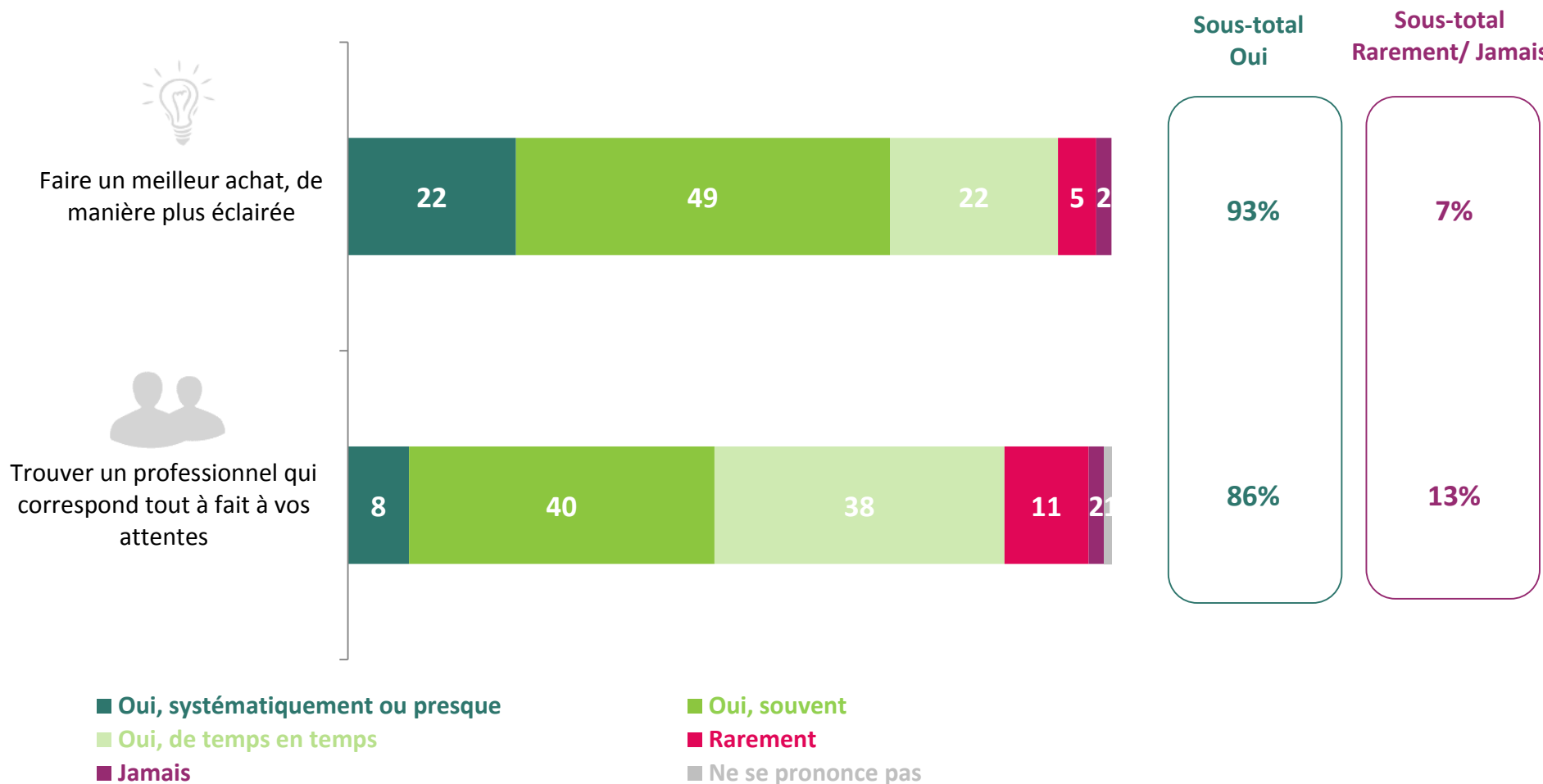
■ Plutôt pas confiance

■ Pas du tout confiance

Le renseignement sur Internet est perçu comme un moyen de faire un meilleur achat et trouver un professionnel adapté à ses attentes

De manière générale, quand vous vous renseignez sur Internet avant un achat d'un produit ou d'un service, avez-vous le sentiment de ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -



Si 52% des Français se renseignant sur Internet ont l'impression de gagner du temps par leurs recherches, 45% sont plus mitigés et estiment ni en perdre, ni en gagner

De manière générale, quand vous vous renseignez sur Internet avant un achat d'un produit ou d'un service, avez-vous le sentiment de ?

- À ceux qui se renseignent au moins rarement sur Internet, soit 95% de l'échantillon - en % -

