

SUR LE NET



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

LA PUBLICITÉ DIGITALE EN HAUSSE DE 19 % EN 2022



Photo: DR

Par I.M'B.

L'Institut de recherches et d'études publicitaires (IREP), France Pub et Kantar se sont associés pour décrypter l'évolution du marché publicitaire en publiant le Bump (Baromètre unifié du marché publicitaire). Le marché publicitaire global bénéficie d'une forte dynamique pour ce 1er semestre 2022. Les recettes publicitaires s'élevaient à 7,831 milliards d'euros et montrent ainsi une hausse de 13,2 % par rapport au 1er semestre 2021. Le marché publicitaire montre également une belle mobilisation des annonceurs, rassemblant 50 830 annonceurs tous médias confondus pour ce 1er semestre 2022 (+5,5 % par rapport à 2021).

E-COMMERCE: 20 % DES VENTES AU DÉTAIL EN 2023



Photo: DR

Selon la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad), l'e-commerce devrait peser plus de 15 % du commerce de détail dans l'Hexagone à l'issue de l'année 2022, avant de franchir la barre symbolique des 20 % à l'horizon 2030, d'après les prévisions de Marc Lolivier, délégué général de la Fevad. Pour rappel, le secteur ne représentait que 9,8 % du commerce de détail en 2019.

CHINE: PINDUODUO RESCAPÉ DE LA CRISE DE L'E-COMMERCE



Photo: DR

Alors que l'industrie du commerce en ligne en Chine rencontre des difficultés, une entreprise a réussi à tirer son épingle du jeu. Pinduoduo, société d'e-commerce, a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 4,7 milliards de dollars de juillet à septembre 2022, une augmentation de 36 % par rapport à la même période l'année précédente. Elle a enregistré 1,3 milliard de dollars (environ 871,7 milliards FCFA) de bénéfices, une hausse de 335 % sur l'année glissante.

E- BUSINESS...

E-commerce : les clients prêts à fuir des sites sans innovation

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

LES chiffres de l'e-commerce sont certes reluisants, mais c'est l'arbre qui cache la forêt. Commercetools, l'un des principaux fournisseurs de commerce headless, vient de publier un rapport sur l'innovation en entreprise et son impact. Ce rapport montre que les clients sont prêts à fuir les marques qui tardent à innover et dont les expériences commerciales peinent à être à la hauteur des attentes des milléniaux et de la génération Z...

Selon l'enquête, sur 300 chefs d'entreprise du secteur du retail dans le monde, 73 % des acheteurs pourraient changer de site si l'expérience commerciale d'une marque ne répond pas à leurs attentes. Plus de la moitié opterait pour des expériences commerciales modernes, définies par l'évolution des préférences des clients, des options de paiement et des appareils numériques. Pourtant, 45 % des personnes interrogées déclarent ne consacrer qu'un montant minimum de leur budget à l'amélioration ou à l'expansion des solutions de commerce.

D'après l'étude, 74 % des personnes reconnaissent que l'incapacité à adopter des solutions

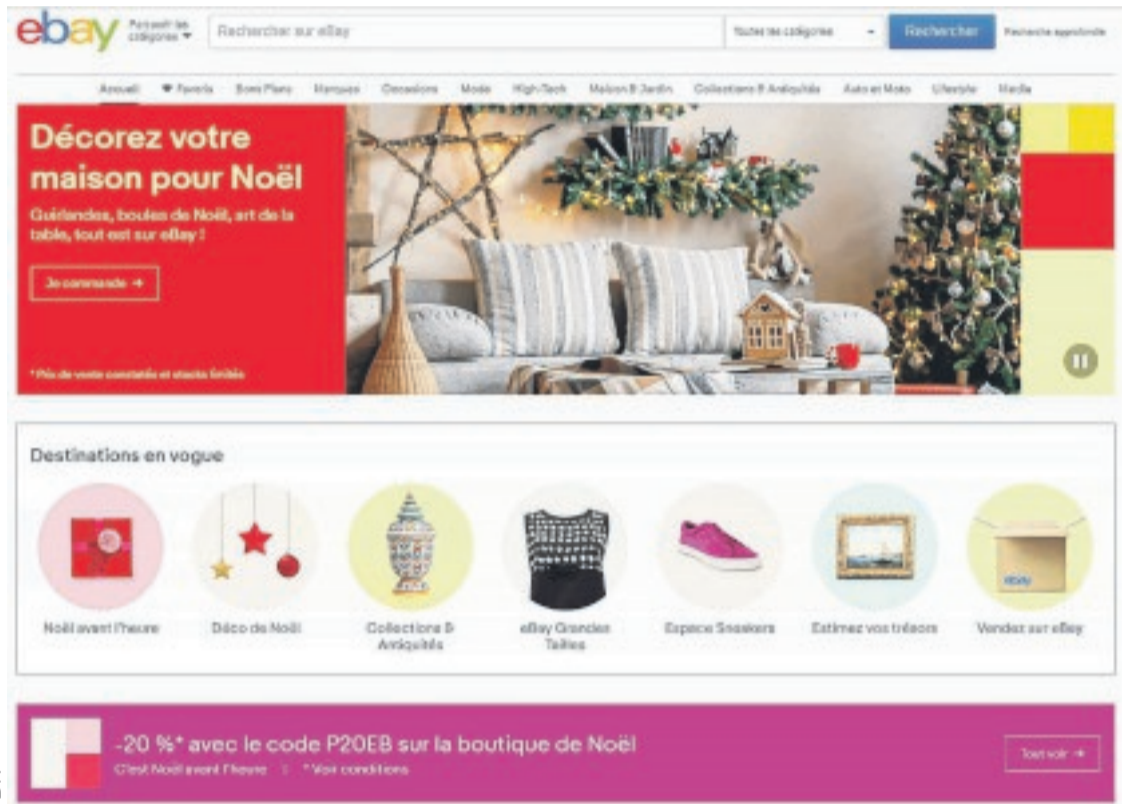


Photo: DR

Un site ebay, sans innovation permanente, pas de clients durables.

commerciales émergentes aura un impact négatif sur certains domaines d'activité de l'entreprise. Pour 41 %, l'expérience client pourrait être impactée et la fidélisation client pour 28 %. 40 % des sondés déclarent que les solutions de commerce actuelles de leur entreprise entravent la vente de leurs produits ou ser-

VICES. Ils reconnaissent le décalage croissant entre leurs solutions vieillissantes et les attentes des jeunes acheteurs. 49 % de ce groupe estiment que ce problème existe depuis plus d'un an. Plus de la moitié des personnes interrogées (52 %) ont déclaré avoir décidé de ne pas mettre en œuvre une nouvelle solu-

tion de commerce en raison de contraintes budgétaires. En ce qui concerne l'achat de fonctionnalités digitales, le coût pour 39 % des interrogés, le manque de connaissances sur l'utilisation pour 32 % et la difficulté d'intégration (pour 29 %) sont les principaux freins rencontrés à leur mise en œuvre.

Portails commerciaux

BDM : UNE MINE D'INFORMATIONS SUR L'E-COMMERCE

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

PORTAILS commerciaux de cette semaine s'intéressent plutôt à un blog, dit Blog du Modérateur (BDM). Avec le développement d'Internet, l'e-commerce est peu à peu devenu un canal d'achat prépondérant pour les consommateurs.

Les géants comme Amazon ou Alibaba ont profondément modifié le commerce traditionnel. Le mobile a encore changé les habitudes de l'e-commerce en faisant évoluer notre façon d'acheter. Sur le Blog du Modérateur, nous nous intéressons à

tous les aspects de l'e-commerce: chiffres, tendances, usages, importance du mobile dans le processus d'achat... Événements web programmés dans l'année, stratégie digitale, étude, chiffres internet, ce portail offre une mine d'informations de nature à permettre à toutes les personnes désireuses de développer une meilleure connaissance ou/et une bonne pratique de l'e-commerce. À ce titre par exemple, BDM offre l'agenda des grands événements digitaux du monde allant du 6 à la fin du mois d'octobre. Autant d'événements de réputation mondiale exclusivement



Photo: DR

organisés en ligne à l'exemple de "Made by Google", le 6 octobre à New York, "Webinar sur l'employée advocacy" le 6 octobre, Meta Connect, le 11 octobre, Microsoft Ignite, du 12 au 14 oc-

tobre à Seattle et en ligne. Les Assises de la cybersécurité, du 12 au 15 octobre à Monaco et en ligne, Swello Days, le 14 octobre à Toulon, Marketing Digital Days, du 18 au 20 octobre en ligne, etc.