

## Ventes en ligne : la décision d'achat motivée à 89% par les réductions selon une étude exclusive d'affilinet

- *Près de la moitié des internautes français préfèrent s'informer en ligne avant d'acheter dans des boutiques réelles*
- *Le déclencheur de l'achat en ligne est souvent lié à un coupon de réduction ou une remise sur le produit. 89% des sondés avouent qu'une réduction spécifique peut les décider à acheter en ligne.*
- *affilinet, acteur multi-spécialiste du marketing à la performance et expert dans l'accompagnement des nouveaux e-marchands sur Internet, aide ses clients à bien cerner ces comportements pour optimiser leur présence en ligne au moment des soldes*

### Les Français dans la rue !

Selon une étude exclusive menée par affilinet en Europe avec l'institut TOLUNA, le comportement d'achat des Français est très influencé par leur comportement en ligne mais ils restent très attachés à l'achat en boutique. **Les Français sont ainsi parmi les plus fidèles au off line : ils sont 46,9% à faire leurs recherches en ligne avant d'acheter « off line »**, devant les Pays-Bas (43,6%) et le UK (33,6%).

Parmi les freins cités à la décision d'acheter en ligne, il y a tout d'abord la sécurité du paiement, qui préoccupe 57,8% des répondants français. Suivent l'impossibilité d'essayer le produit (article d'habillement, achat de voiture par exemple), cité par 47,1% des répondants et la difficulté de trouver des informations précises (26,9%).

### La décision d'achat se prend massivement en ligne

Les décisions d'achat des internautes français sont influencées par les informations trouvées en ligne. Ils consultent en moyenne 2 sources d'informations. Au-delà des moteurs de recherche, citées par 68% des sondés, ils se réfèrent pour 62,4% à des comparateurs de prix et à 50,2% aux sites de bon plans. Mais **89% avouent qu'une réduction spécifique peut les décider à acheter en ligne.**

Affilinet, qui a pour spécialité d'accompagner les nouveaux entrants du web, a développé une offre spécifique pour démultiplier la portée des offres promotionnelles, notamment en période de soldes ou de réservation de dernières minutes. Nenad Cetkovic, directeur général d'Affilinet France, commente : « *notre métier est d'intervenir sur tous les leviers de diffusion qui optimisent les ventes en ligne pour nos clients et déclenchent un acte d'achat. La maîtrise de ces leviers, qui peuvent être le cash back, les codes promo ou encore le retargeting, sont autant d'actions qui nous permettent de gagner en efficacité sur l'acte d'achat. Nous les mettons en oeuvre pour nos clients dans le cadre de l'accompagnement de leurs programmes et campagnes à la performance* ».

### Des bonds de réductions qui font bondir les ventes

Les Français sont les plus enthousiastes des Européens à propos des codes promo derrière l'Espagne. Pour **53,7% des Français interrogés, ces réductions renforcent le lien qu'ils ont avec une marque.** Ce chiffre monte jusqu'à 67,4% pour les Espagnols. Un critère d'importance à prendre en compte par les marques et les e-marchands, surtout en période de soldes.

### Méthodologie de l'étude

affilinet a mandaté Toluna pour mener une enquête auprès de 2 500 panélistes sur les comportements d'achat en ligne en Europe. Cette enquête en ligne s'est déroulée en Juin 2010 en France, en Allemagne, en Angleterre, en Espagne, et aux Pays Bas. Toluna, groupe d'envergure internationale (700 employés à travers le monde) et coté sur le marché de Londres, est le premier fournisseur mondial de panels et technologies de sondages en ligne à destination de l'industrie des études de marché.

### A propos d'affilinet

affilinet est l'une des plateformes d'affiliation leaders sur le marché européen à travers sa présence dans 7 pays (Allemagne, Grande-Bretagne, France, Espagne, Pays-Bas, Autriche et Suisse). Les annonceurs bénéficient de solutions innovantes pour accroître leurs ventes en ligne, et les éditeurs de rémunérations particulièrement attractives. Avec une ligne de produits articulée autour de 3 grandes offres, « Performance Network », « Performance Media » et « Performance Technology », affilinet propose des solutions et services permettant de réaliser des programmes d'affiliation efficaces, des services media basés sur la performance ainsi que des outils et applications de marketing online. affilinet compte actuellement plus de 1 600 programmes et 450 000 sites affiliés en Europe. Pour de plus amples informations, visitez notre site web [www.affili.net](http://www.affili.net)

### Contacts Presse

i&e Consultants pour affilinet  
Charlotte Létondot / Carine Lennuyeux  
[cletondot@i-e.fr](mailto:cletondot@i-e.fr) / [carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)  
01 56 03 12 70 / 06 84 10 73 02