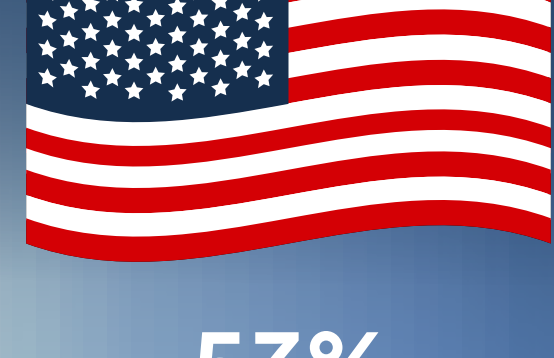


Proposez à vos acheteurs un choix exhaustif pour composer leur hotte de Noël !

Retour sur les fêtes de fin d'année

L'année dernière, le montant des dépenses globales durant les fêtes a augmenté de 11,5%, les consommateurs français ayant dépensé pas moins de 112 milliards d'euros en ligne lors de la période de Noël. Pour répondre à la demande croissante des consommateurs, les commerçants doivent proposer à leurs clients une large gamme de produits, soigneusement sélectionnée et personnalisée. Nous avons mené une enquête auprès de 1.532 personnes en France, au Royaume Uni et aux Etats-Unis, portant sur les habitudes de consommation à l'approche de fêtes, et avons analysé les préférences d'achat en fonction de l'âge, du genre ou de la région géographique. Nous vous donnons ainsi les clés pour maximiser vos performances lors de la saison des fêtes !

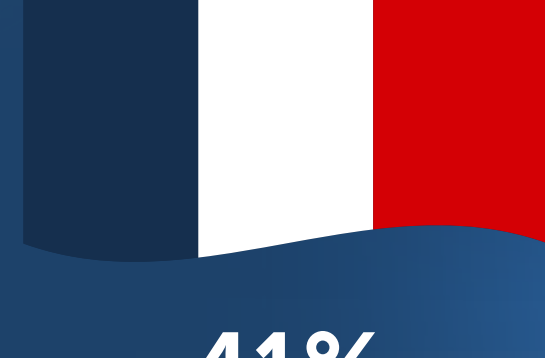
"J'ai effectué plus de trois quarts de mes achats de Noël en ligne l'année précédente"



53%



53%

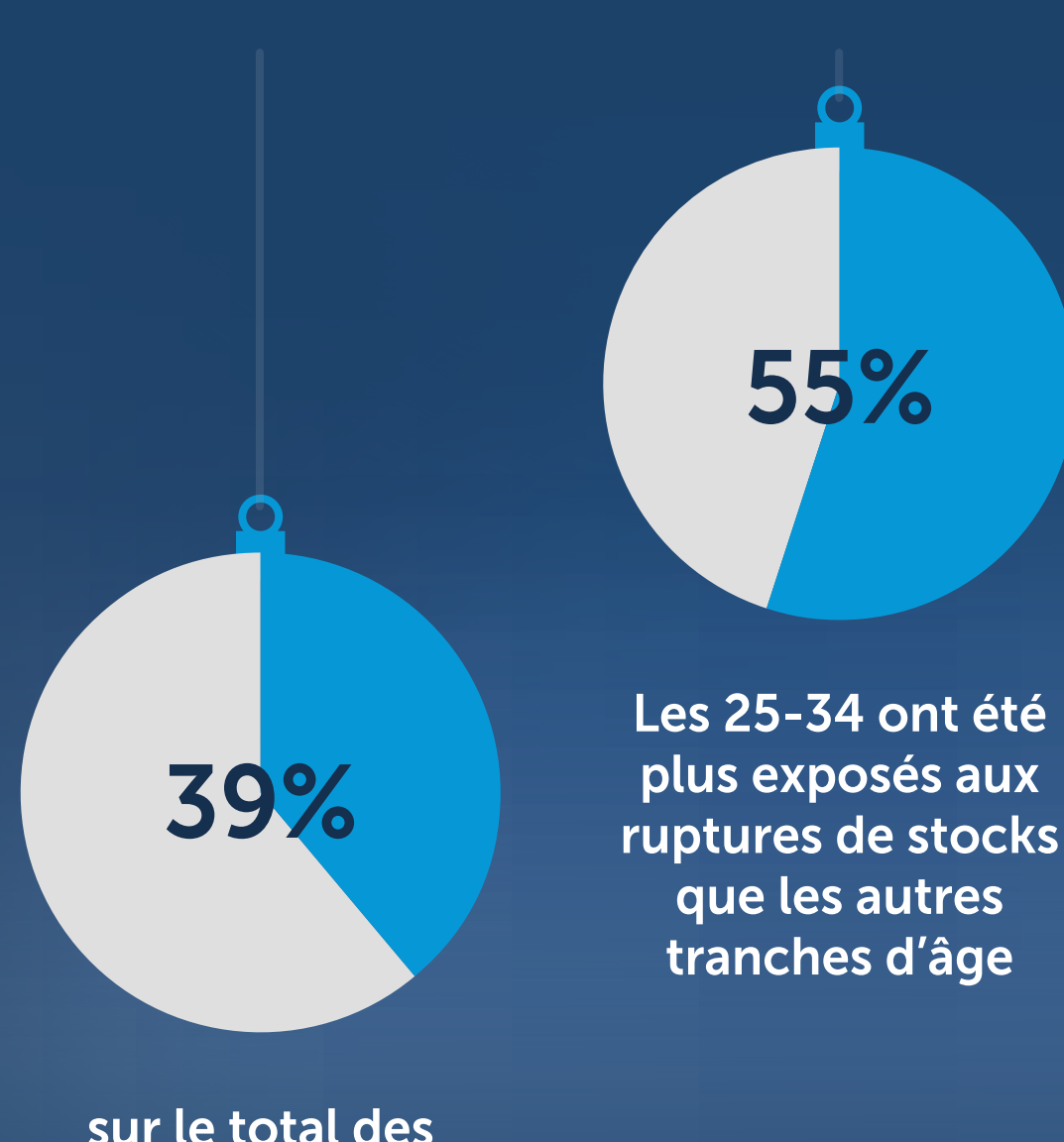


41%

"Je prévois de faire encore plus d'achats en ligne cette année"



"L'année dernière, un article était en rupture de stock au moment où je comptais l'acheter"

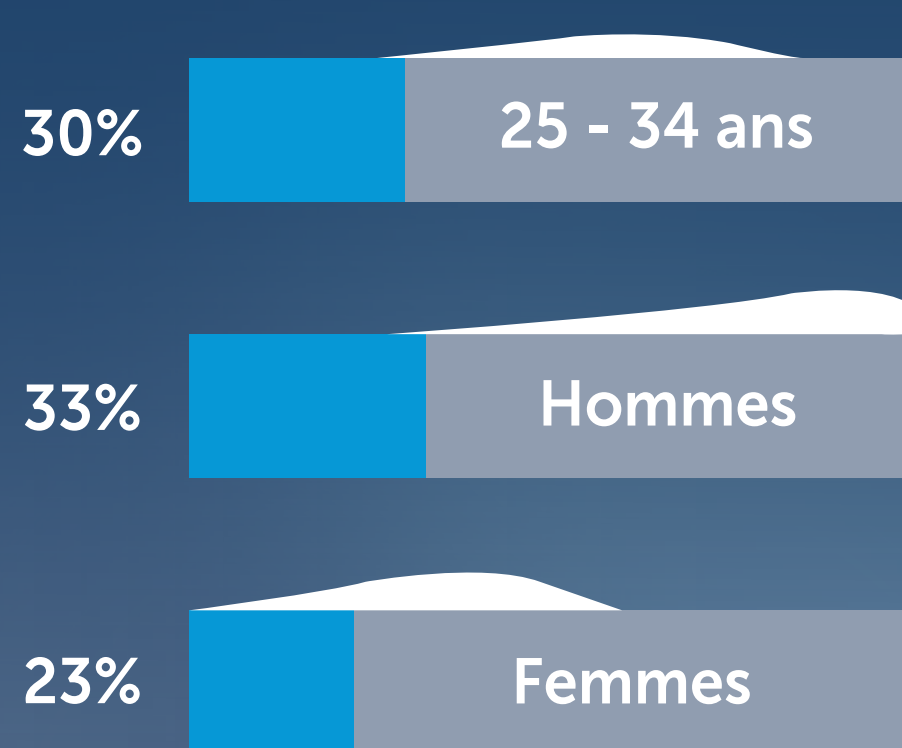


"Après avoir été confronté à une rupture de stock, j'ai poursuivi mes achats sur le site d'un concurrent"

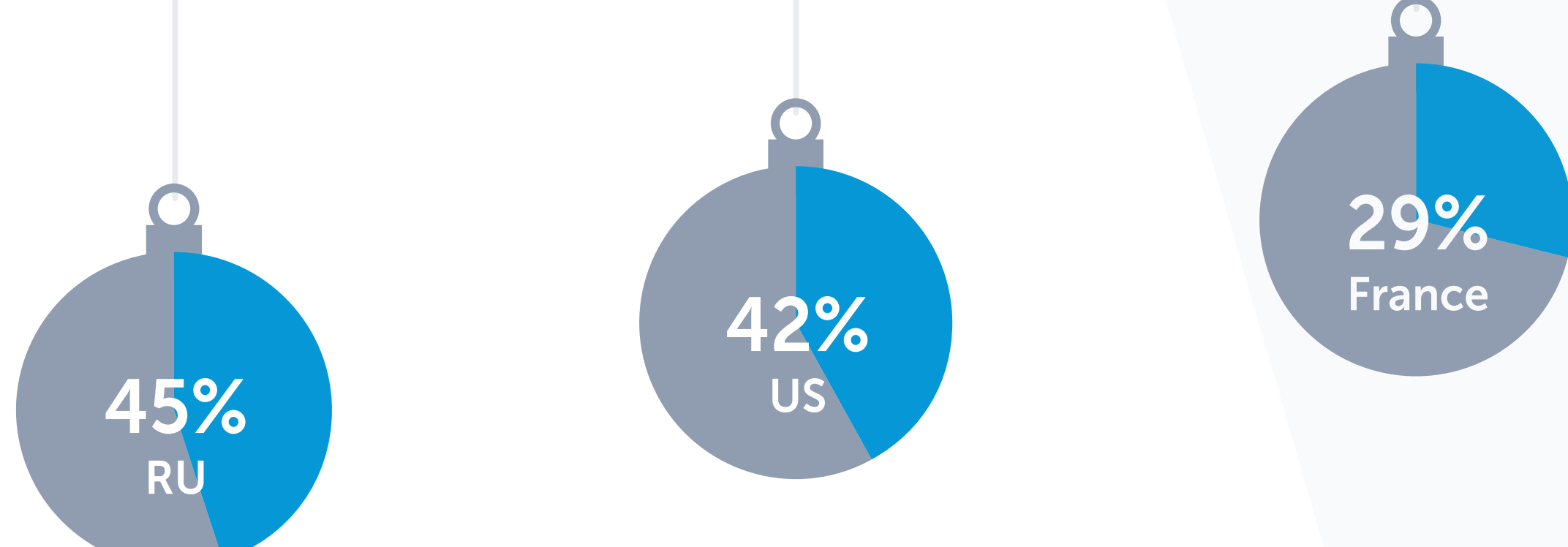
Les acheteurs Français sont les plus exigeants : **92%** des acheteurs français ont affirmé avoir acheté chez un concurrent contre **70%** des américains



"Cette expérience m'a donné moins envie d'acheter chez ce commerçant dans le futur"



"Je suis allé sur le site d'un commerçant en espérant y trouver un produit ou une gamme de produits, mais ils ne l'avaient pas"



55% des 18-25 ans sont susceptibles d'être déçus par l'offre de produits.

"Je n'ai plus effectué d'achats auprès d'un commerçant après la période de Noël parce qu'un autre site proposait une meilleure offre de produits"

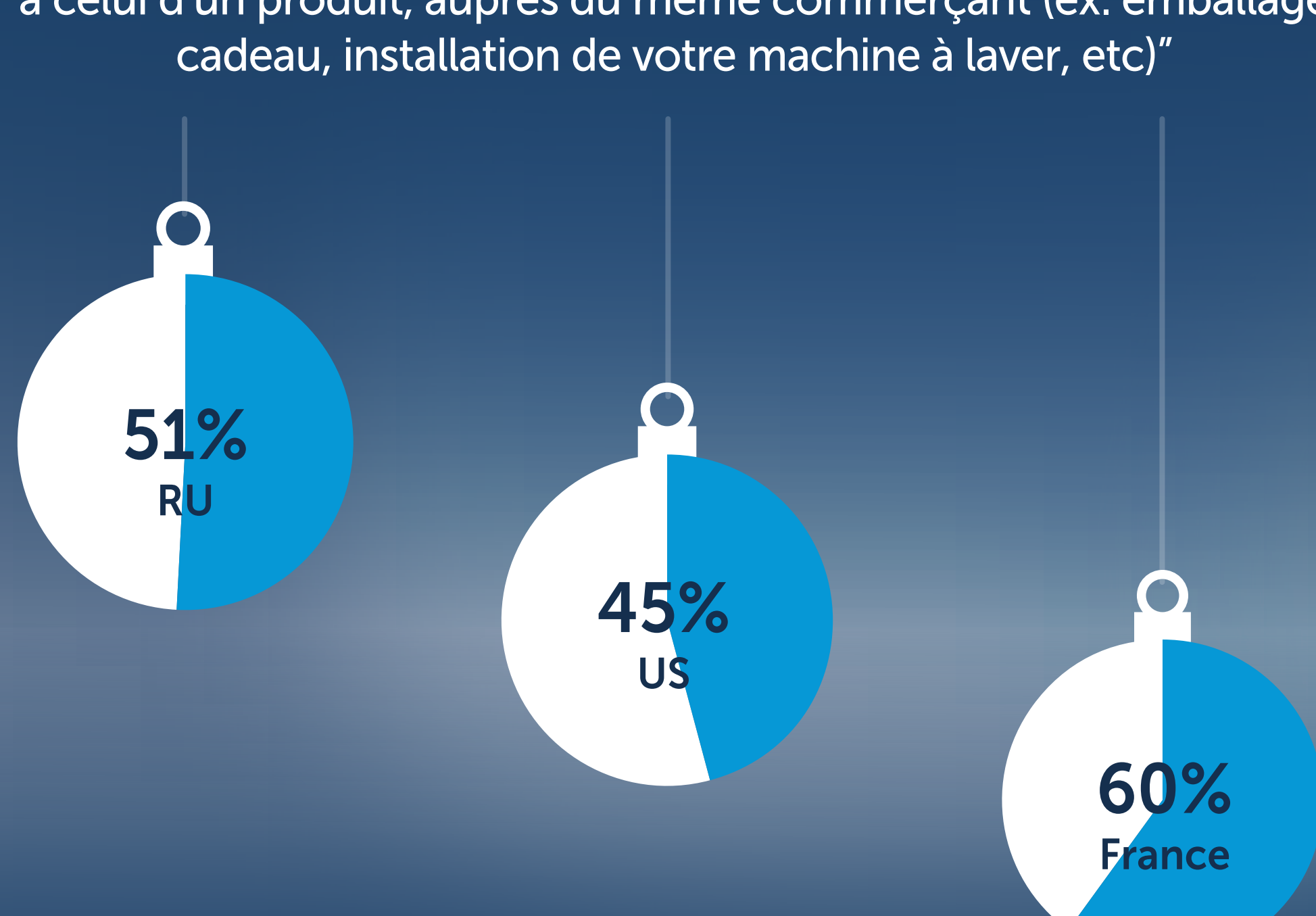


70% des membres de la Génération Z (18-24 ans) ont tourné le dos à un commerçant contre 50% de la tranche d'âge 35 - 44 ans.

"Je vérifie souvent les prix sur Amazon avant d'acheter sur un autre site"



"Je suis intéressé(e) par l'achat de services additionnels, complémentaires à celui d'un produit, auprès du même commerçant (ex. emballage cadeau, installation de votre machine à laver, etc)"



Les hommes sont plus intéressés que les femmes, à **55%** contre **50%**

Contactez-nous : www.mirakl.fr/contact/

A propos de Mirakl

Mirakl accompagne ses clients dans leur stratégie de plateforme en leur permettant de lancer rapidement une place de marché. La solution Mirakl Marketplace Platform automatise les éléments les plus complexes liés à la gestion d'une marketplace : recrutement de vendeurs, contrôle de la qualité de service ou gestion des commandes, grâce à une solution clé en main qui s'intègre facilement à toutes les solutions e-commerce existantes. Plus de 160 clients dans 40 pays, tels que Carrefour, Conforama, HP Enterprise, Galeries Lafayette, Darty, Walmart, Nature & Découvertes ou Conrad, ont déjà fait confiance à l'expertise métier et technologique de Mirakl.