

Black Friday & Cyber Monday 2019 à l'heure du mobile :

STATISTIQUES, TENDANCES ET DONNÉES

Malgré l'émergence de tendances à contre courant comme le Green Friday, les acheteurs continuent de plébisciter les promotions du Black Friday et du Cyber Monday. Ils préfèrent réaliser leurs achats sur mobile et consacrent de moins de temps et d'énergie aux interactions avec les marques.



DU BLACK FRIDAY OU DU CYBER MONDAY, LEQUEL DOMINE ?

● BLACK FRIDAY ● CYBER MONDAY



UN TRAFIC PLUS IMPORTANT DE **3.74%** SUR LE BLACK FRIDAY

14.26% DE VENTES EN PLUS LE JOUR DU BLACK FRIDAY



TOUS LES REGARDS SE TOURNENT VERS LE MOBILE

60.79%

DU TRAFIC LORS DU BLACK FRIDAY ET DU CYBER MONDAY PROVENAIENT D'APPAREILS MOBILES.



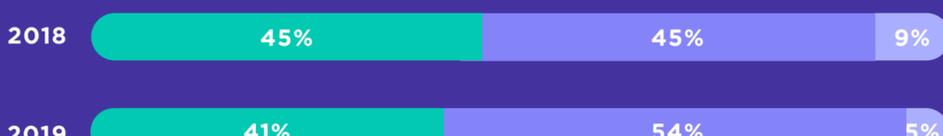
LE TRAFIC MOBILE : 2018 VS 2019

● ORDINATEUR ● MOBILE ● TABLETTE

RÉPARTITION DU TRAFIC PAR SUPPORT



RÉPARTITION DES COMMANDES PAR SUPPORT



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SUPPORT



Les acheteurs sur mobile sont de plus en plus nombreux, achètent plus et dépensent plus.

LE MOBILE IMPLIQUE PLUS D'EFFICACITÉ



Alors que de plus en plus de recherches et d'achats sont réalisés via mobile, les boutiques en ligne disposent de moins en moins de temps pour marquer l'esprit des acheteurs. Cela signifie qu'aujourd'hui plus que jamais, les sites marchands se doivent d'offrir des expériences d'achat optimales pour obtenir les résultats escomptés en cette période décisive de l'année.

Les résultats sont basés sur des millions d'interactions d'acheteurs en ligne utilisant la plateforme de personnalisation Nosto. L'analyse inclut les résultats du Black Friday et du Cyber Monday. Ce sont des résultats mondiaux incluant les pays et régions suivantes : France, DACH (Allemagne, Autriche, Suisse), Etats-Unis, Europe du Nord (Suède, Finlande, Norvège, Danemark et Islande), le royaume Uni, l'Australie et la Nouvelle Zélande.