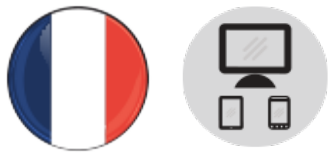


# LA NOUVELLE ÈRE DU MULTI- ÉCRANS



*Ou comment l'Internet mobile transforme  
nos vies*



# DERRIÈRE LES CHIFFRES

## INTERPRÉTATION ET IMPORTANCE DES ÉTUDES RÉALISÉES

### POURQUOI MENER CETTE ÉTUDE MAINTENANT ?

- Nous sommes tous conscients que l'utilisation de plusieurs appareils en parallèle s'intensifie dans notre environnement personnel et change notre quotidien.
- Pour mieux comprendre ces changements, Google a commandé trois études à l'échelle mondiale : "The Connected Consumer Study", "Our Mobile Planet" et „Mobile Purchase Journey“.

### POURQUOI LES ENTREPRISES DEVRAIENT-ELLES S'INTÉRESSER À CES ÉTUDES ?

- Près de la moitié des Français utilisent un smartphone et près d'un quart d'entre eux utilisent une tablette. Aujourd'hui, les consommateurs accèdent au Web à partir de différents appareils. Les entreprises doivent donc trouver de nouvelles façons de toucher leur audience.

### QUELS SONT LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE LES PLUS SURPRENANTS ?

- En moyenne, les Français utilisent 2,3 appareils connectés.
- Le taux de pénétration des smartphones a augmenté de 15 points au cours des 2 dernières années, et celui des tablettes a doublé l'année dernière.
- 71 % des propriétaires d'un smartphone l'utilisent chaque jour pour naviguer sur Internet, 74 % d'entre eux ne quittent jamais leur domicile sans leur téléphone et 51 % y effectuent chaque jour des recherches.

- 52 % d'entre eux utilisent leur smartphone pour effectuer des achats ou des recherches sur des produits.
- Les recherches sur les mobiles influencent les achats qu'ils effectuent depuis leur mobile ou ailleurs. Par exemple, après avoir effectué des recherches sur les voyages via leur smartphone, 13 % des mobinautes ont réalisé un achat sur leur mobile, tandis que 87 % l'ont fait via un ordinateur, une tablette ou hors connexion.

### QUEL EST LE PRINCIPAL ENSEIGNEMENT À TIRER ?

- Les entreprises doivent faire en sorte que leur site fonctionne sur tous les appareils. Dans le cas contraire, elles risquent de perdre des clients.
- Les annonceurs doivent diffuser des annonces sur les différents appareils et apprendre à toucher les consommateurs en fonction du contexte d'utilisation (appareil, heure de la journée et zone géographique).

### QUE DOIVENT FAIRE LES RESPONSABLES MARKETING PAR LA SUITE ?

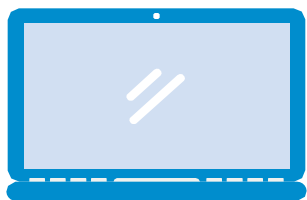
- Accédez au site <http://www.mobilisezvous.fr/fr/d/multi-ecrans/> afin de connaître les bonnes pratiques à appliquer pour que votre site Web fonctionne sur les différents appareils existants.
- Utilisez les campagnes universelles AdWords pour toucher les consommateurs dans les moments clés et sur tous les appareils, grâce à des annonces plus pertinentes : plus d'infos sur [www.google.fr/adwords/enhancedcampaigns](http://www.google.fr/adwords/enhancedcampaigns).



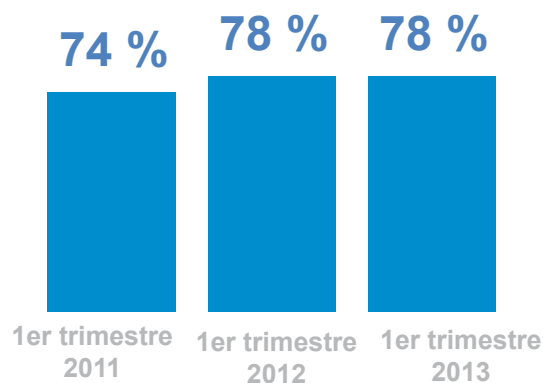
# MULTI-ÉCRAN : LA NOUVELLE NORME

## 2,3

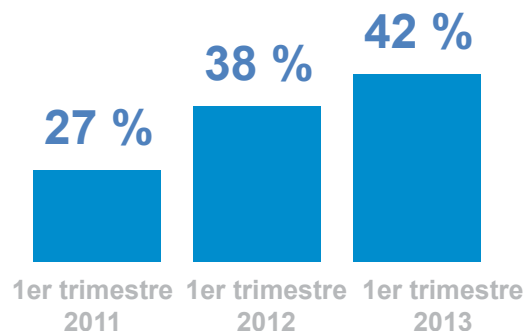
NOMBRE D'APPAREILS CONNECTÉS UTILISÉS  
EN MOYENNE PAR CHAQUE FRANÇAIS



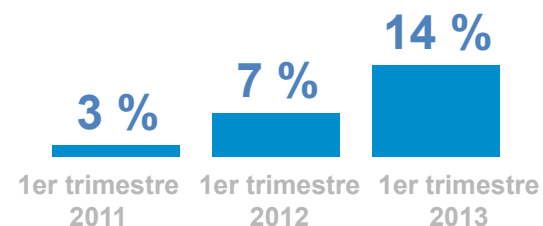
ORDINATEURS PORTABLES/  
MINI-PORTABLES



SMARTPHONES

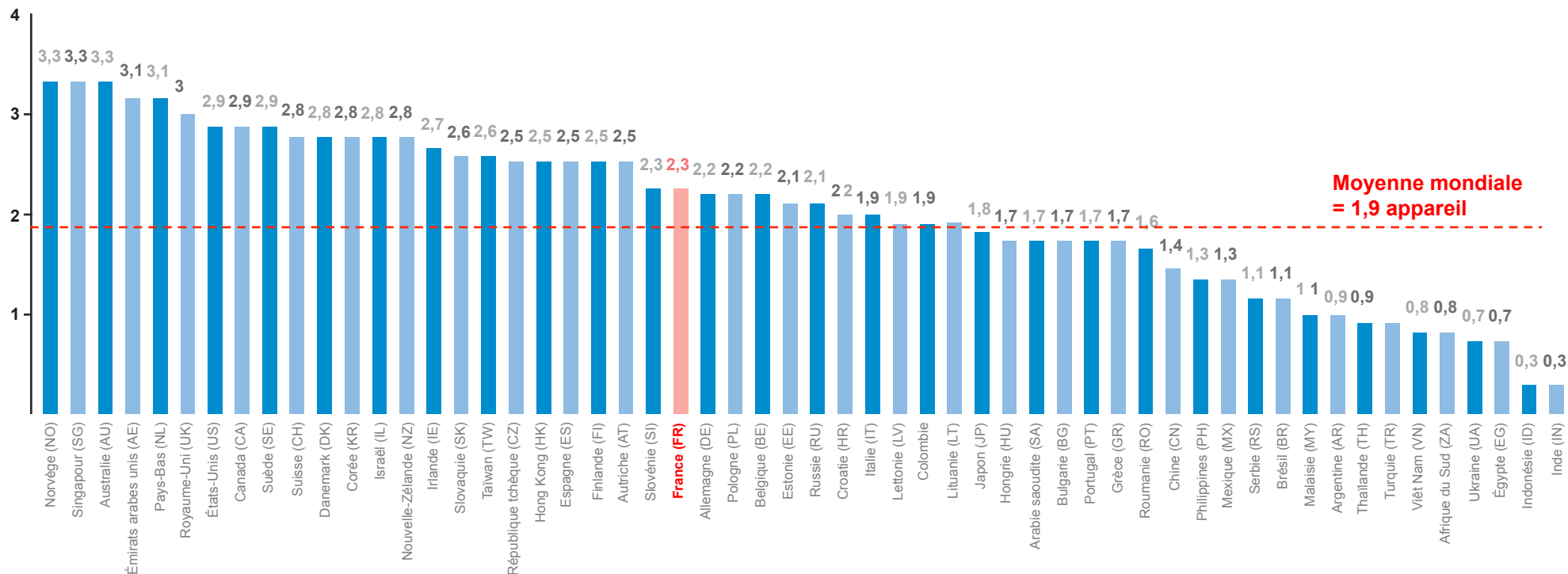


TABLETTES



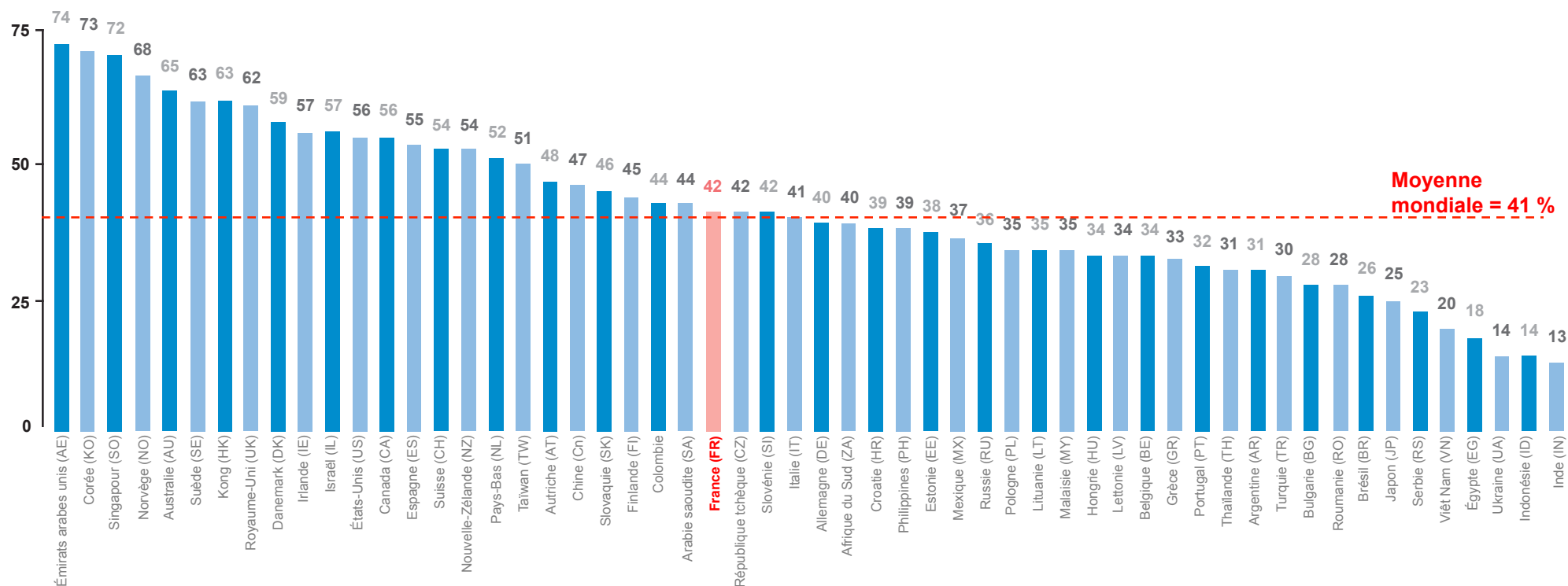
# LA MOYENNE MONDIALE S'ÉTABLIT AUTOUR DE DEUX APPAREILS CONNECTÉS PAR PERSONNE

## NOMBRE D'APPAREILS CONNECTÉS À INTERNET



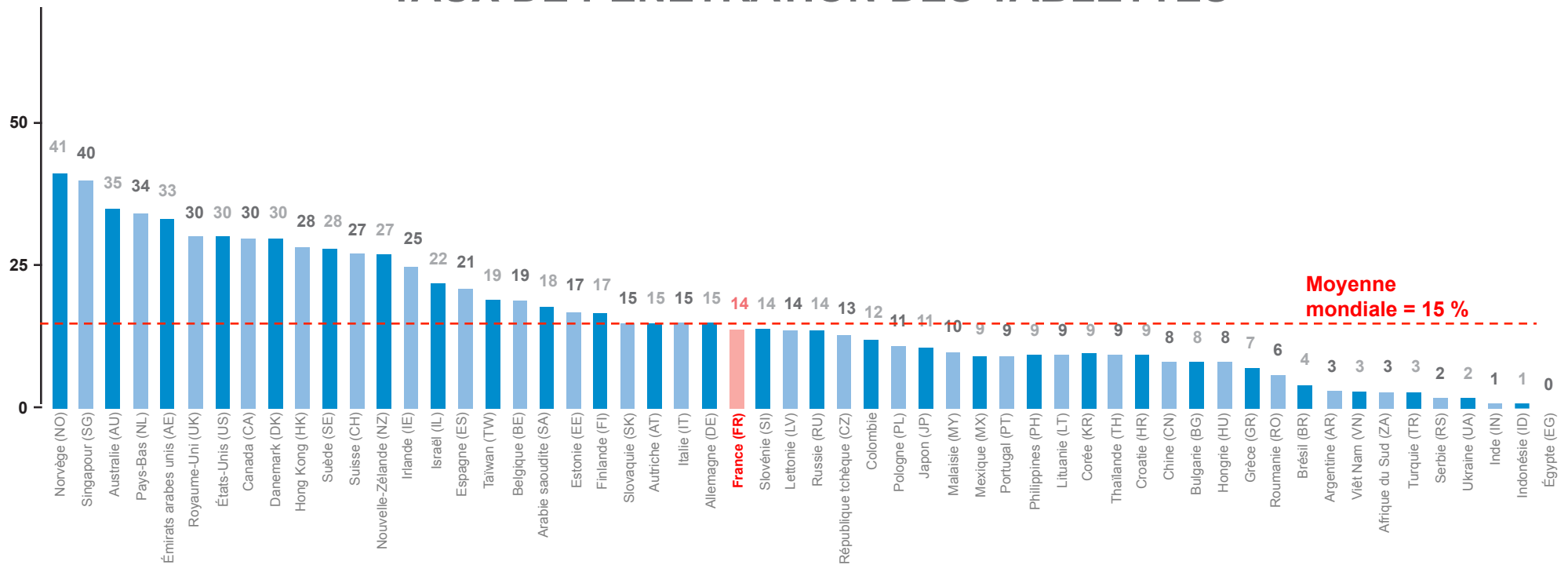
# LES PROPRIÉTAIRES DE SMARTPHONES SERONT BIENTÔT MAJORITAIRES

## TAUX DE PÉNÉTRATION DES SMARTPHONES



# ET CE SERA BIENTÔT LE TOUR DES PROPRIÉTAIRES DE TABLETTES

## TAUX DE PÉNÉTRATION DES TABLETTES



# LES SMARTPHONES ONT MODIFIÉ LES COMPORTEMENTS



**71 %**

DES UTILISATEURS DE  
SMARTPHONES NE  
QUITTENT JAMAIS LEUR  
DOMICILE SANS LEUR  
TÉLÉPHONE



**74 %**

D'ENTRE EUX NAVIGUENT  
SUR INTERNET TOUS LES  
JOURS AVEC LEUR  
SMARTPHONE



**51 %**

D'ENTRE EUX EFFECTUENT  
DES RECHERCHES TOUS  
LES JOURS SUR LEUR  
SMARTPHONE



# LES SITES OPTIMISÉS POUR LES MOBILES SONT DONC INDISPENSABLES

---



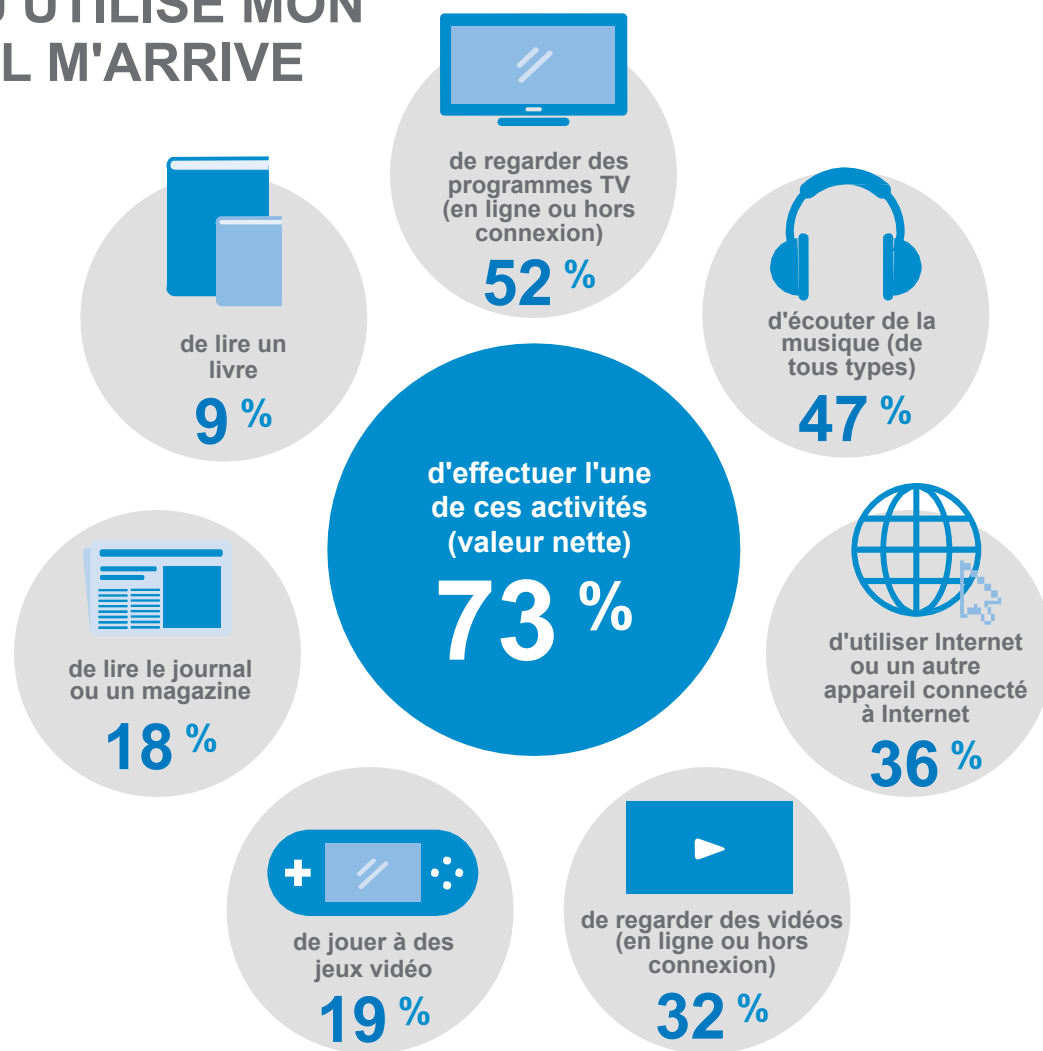
**65 %**

**DES UTILISATEURS DE  
SMARTPHONES SOUHAITENT  
BÉNÉFICIER D'UN CONFORT  
DE NAVIGATION  
ÉQUIVALENT SUR LEUR  
MOBILE ET SUR LEUR  
ORDINATEUR**



# LES PROPRIÉTAIRES DE SMARTPHONES UTILISENT PLUSIEURS ÉCRANS SIMULTANÉMENT

PENDANT QUE J'UTILISE MON  
SMARTPHONE, IL M'ARRIVE  
ÉGALEMENT...



# LES SMARTPHONES PERMETTENT AUX CONSOMMATEURS D'EFFECTUER D'AUTRES ACTIONS...

82 %



NAVIGUENT SUR  
INTERNET

88 %



PRENNENT DES  
PHOTOS OU DES  
VIDÉOS

81 %



CONSULTENT OU  
ENVOIENT DES  
E-MAILS

75 %



UTILISENT UN MOTEUR  
DE RECHERCHE

73 %



UTILISENT DES  
APPLICATIONS

70 %



RECHERCHENT DES  
ITINÉRAIRES OU  
UTILISENT UNE CARTE

61 %



ACCÈDENT À  
DES RÉSEAUX  
SOCIAUX

64 %



JOUENT À DES  
JEUX

64 %



ÉCOUTENT DE LA  
MUSIQUE



# ... ET ÉGALEMENT D'EFFECTUER DES RECHERCHES SUR DES PRODUITS ET D'EN ACHETER

---



**52 %**

**DES PROPRIÉTAIRES  
D'UN SMARTPHONE  
L'UTILISENT  
POUR EFFECTUER  
DES RECHERCHES  
OU DES ACHATS**



# LES PROPRIÉTAIRES DE SMARTPHONES EFFECTUENT DES RECHERCHES SUR LES PRODUITS OÙ QU'ILS SE TROUVENT

---



À LA  
MAISON

**49 %**



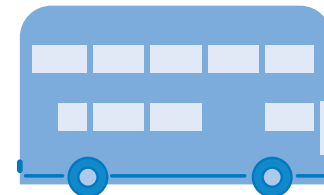
EN  
DÉPLACEMENT

**14 %**



DANS LES  
MAGASINS

**15 %**

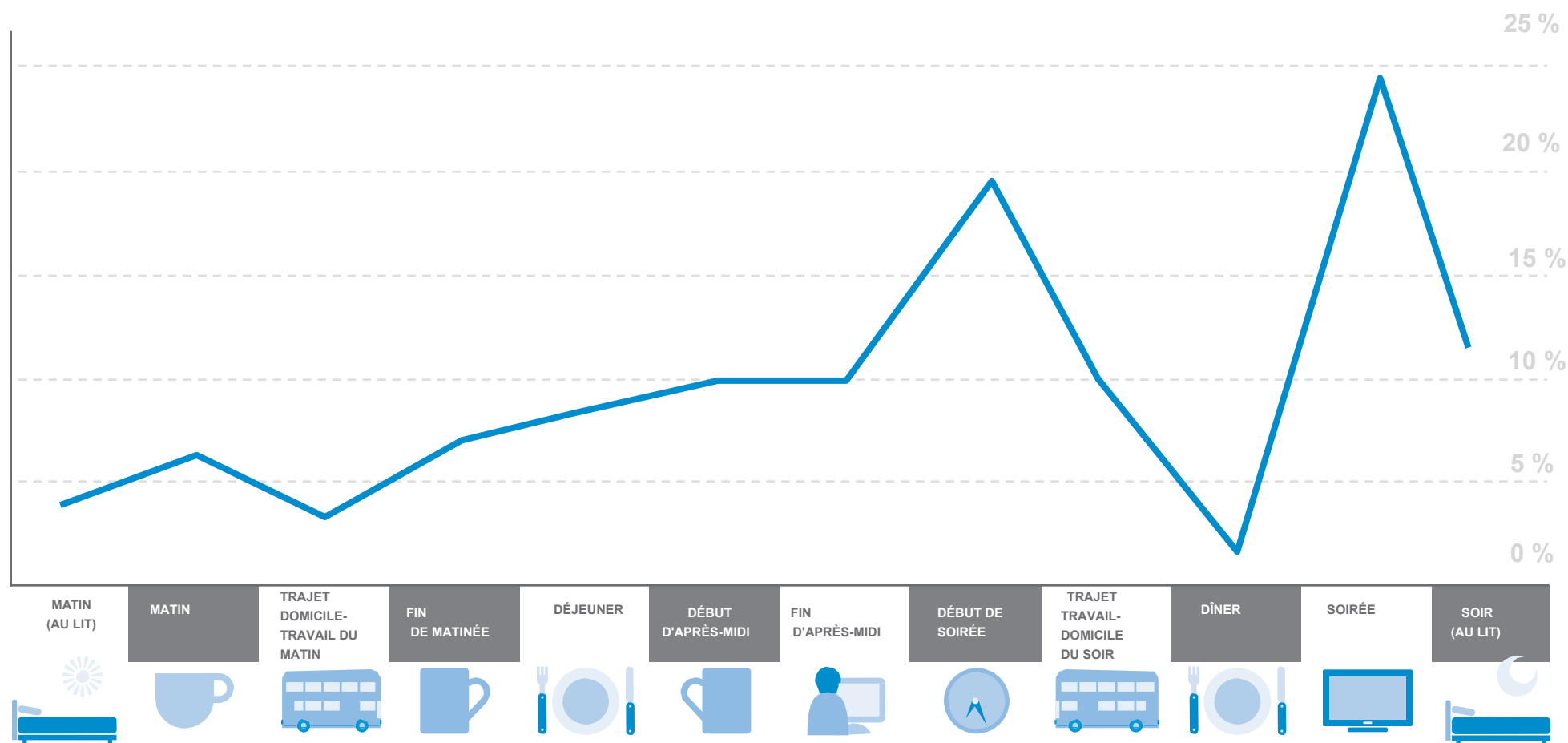


DANS LES  
TRANSPORTS  
PUBLICS

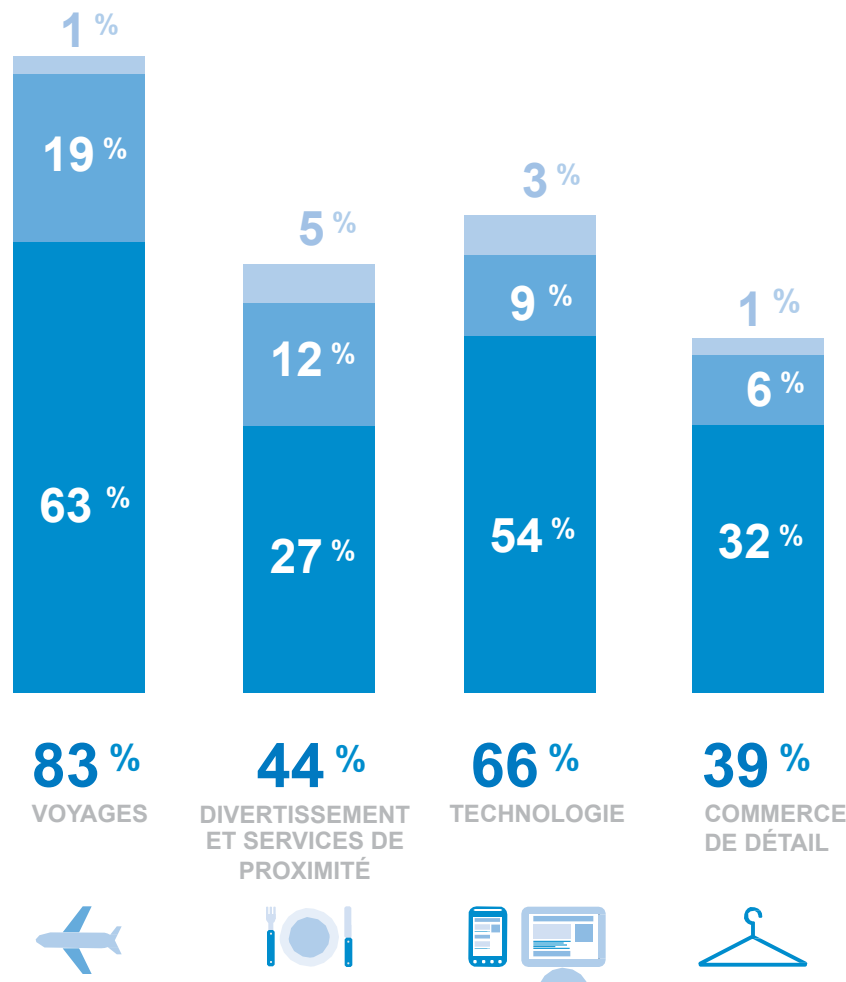
**15 %**



# LE NOMBRE DE RECHERCHES SUR DES PRODUITS EFFECTUÉES À PARTIR DES SMARTPHONES ÉVOLUE AU FIL DE LA JOURNÉE



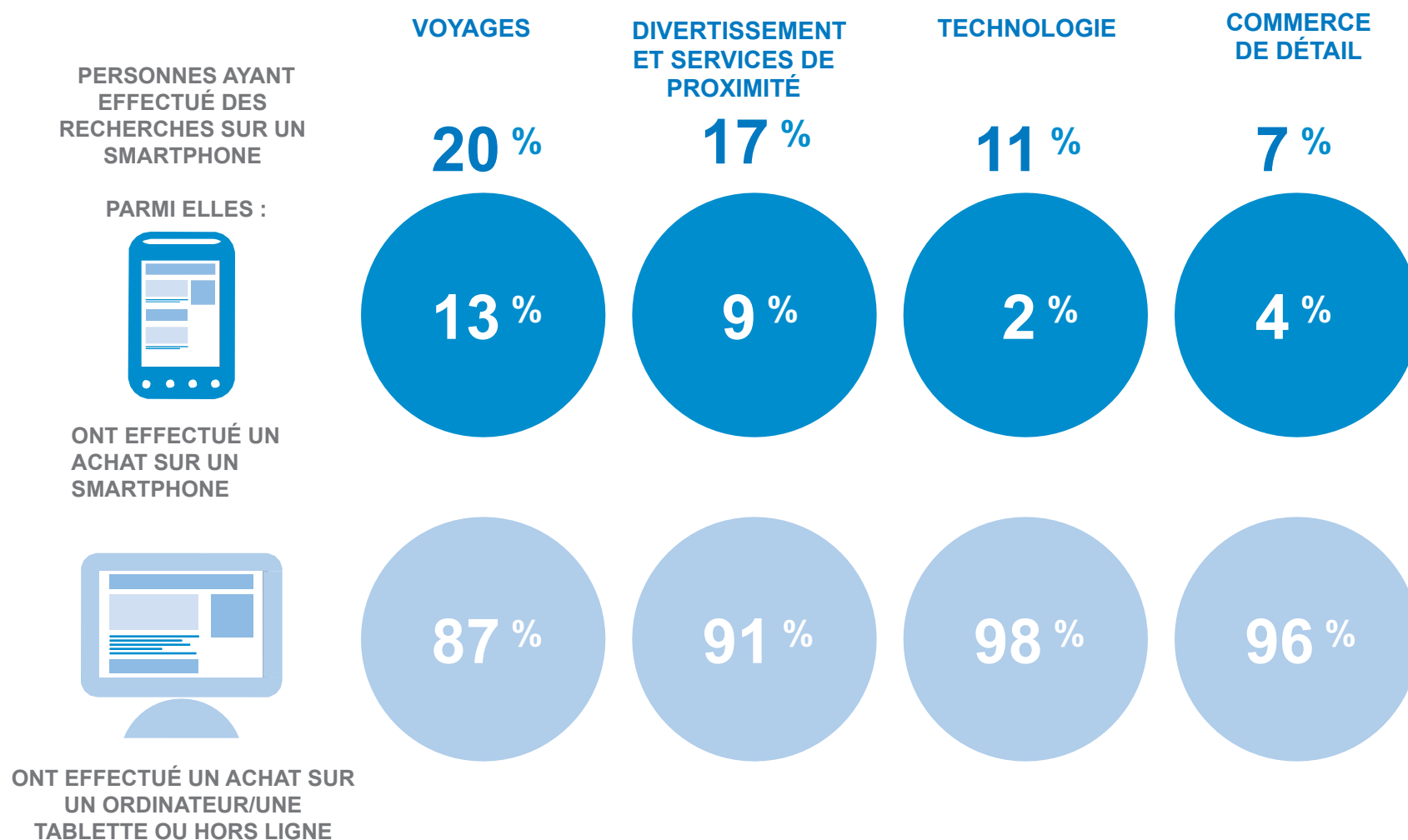
# LES RECHERCHES EN LIGNE DIFFÉRENT SELON LES SECTEURS D'ACTIVITÉ



SMARTPHONE UNIQUEMENT  
SMARTPHONE ET ORDINATEUR/  
TABLETTE ORDINATEUR/  
TABLETTE UNIQUEMENT



# APRÈS UNE RECHERCHE SUR UN SMARTPHONE, L'ACHAT EST GÉNÉRALEMENT EFFECTUÉ SUR UN AUTRE APPAREIL



# RÉCAPITULATIF DES POINTS À RETENIR

---

## LE MULTI-ÉCRAN EST AUJOURD'HUI UNE RÉALITÉ

- En France, l'utilisation de smartphones a presque doublé au cours des deux dernières années et l'utilisation de tablettes a doublé en un an (taux de pénétration de 42 % pour les smartphones, 14 % pour les tablettes et 78 % pour les ordinateurs de bureau et portables).

## LES SMARTPHONES SONT UTILISÉS POUR EFFECTUER DES RECHERCHES ET DES ACHATS

- 52 % des propriétaires d'un smartphone l'utilisent pour effectuer des recherches et des achats.
- En outre, les recherches sur les mobiles influencent les achats qu'ils effectuent à partir d'autres appareils. Par exemple, après avoir effectué des recherches sur les voyages via leur smartphone, 13 % des mobinautes ont effectué un achat sur leur mobile, tandis que 87 % l'ont fait via un ordinateur, une tablette ou hors connexion.

## LES UTILISATEURS SOUHAITENT BÉNÉFICIER D'UN CONFORT DE NAVIGATION IDENTIQUE SUR TOUS LES APPAREILS

- Deux tiers des utilisateurs de smartphones s'attendent à ce que les sites fonctionnent aussi bien sur leur mobile que sur leur ordinateur.

## OPTIMISEZ LES SITES POUR LES DIFFÉRENTS ÉCRANS

- Compte tenu de l'utilisation accrue de plusieurs écrans, les entreprises doivent impérativement offrir une expérience utilisateur de qualité sur tous les appareils. Accédez au site <http://www.mobilisezvous.fr/fr/d/multi-ecrans/> afin de connaître les bonnes pratiques à appliquer.

## LE CONTEXTE EST ESSENTIEL

- Le contexte (zone géographique, heure de la journée ou appareil utilisé) permet aux annonceurs de toucher leurs clients potentiels à l'aide de messages plus pertinents.

## RÉSERVEZ DES ANNONCES POUR LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉCRAN

- Grâce aux campagnes universelles Google AdWords, les annonceurs peuvent toucher facilement les consommateurs sur les différents appareils qu'ils utilisent.
- Pour plus d'informations sur les campagnes universelles, accédez au site [www.google.fr/adwords/enhancedcampaigns](http://www.google.fr/adwords/enhancedcampaigns).





# MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

---

## CONNECTED CONSUMER STUDY :

OBJECTIF : **MIEUX COMPRENDRE COMMENT LES CONSOMMATEURS UTILISENT LES DIFFÉRENTS APPAREILS DISPONIBLES POUR ACCÉDER À INTERNET**

PÉRIODE : **1er TRIMESTRE 2013**

NOMBRE DE PAYS : **56**

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : **AU MINIMUM 1 000 PERSONNES PAR PAYS**

ÉCHANTILLON : **REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION TOTALE DE CHAQUE PAYS (ADULTES)**

SOCIÉTÉ PARTENAIRE : **TNS**

[WWW.CONSUMERBAROMETER.COM](http://WWW.CONSUMERBAROMETER.COM)

## OUR MOBILE PLANET :

OBJECTIF : **OBTENIR DES INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR LE COMPORTEMENT DES PROPRIÉTAIRES DE SMARTPHONES**

PÉRIODE : **1er TRIMESTRE 2013**

NOMBRE DE PAYS : **47**

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON :

**AU MINIMUM 1 000 PERSONNES PAR PAYS**

ÉCHANTILLON : **REPRÉSENTATIF DES PROPRIÉTAIRES DE SMARTPHONES (ADULTES)**

SOCIÉTÉ PARTENAIRE : **IPSOS**

[WWW.THINKWITHGOOGLE.COM/MOBILEPLANET](http://WWW.THINKWITHGOOGLE.COM/MOBILEPLANET)

## MOBILE PURCHASE JOURNEY :

OBJECTIF : **MIEUX COMPRENDRE OÙ LES CONSOMMATEURS UTILISENT LEURS SMARTPHONES LORS DU PROCESSUS DE RECHERCHE ET D'ACHAT DE NOUVEAUX PRODUITS**

PÉRIODE : **2e TRIMESTRE 2013**

NOMBRE DE PAYS : **37**

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON :

**AU MINIMUM 2 000 PERSONNES PAR PAYS**

ÉCHANTILLON : **REPRÉSENTATIF DES UTILISATEURS DE SMARTPHONES (ADULTES)**

SOCIÉTÉ PARTENAIRE : **TNS**

