

# CYBER WEEK, GREEN MONDAY, NOËL



## AUTOMATISER SES FLUX PRODUITS

un enjeu CRUCIAL en 2020, pour les e-marchands, les marques et les retailers

Depuis quelques années, s'ajoutent à Noël, des événements commerciaux clés pour les e-commerçants européens: **Black Friday**, **Cyber Monday** et même le **Green Monday** !

D'après la dernière étude Adobe Analytics, les ventes pendant le Black Friday et le Cyber Monday devraient augmenter de 20% par rapport à 2019. Le chamboulement des habitudes d'achat des consommateurs est une opportunité à saisir pour les e-commerçants, les marques et les retailers !

# 20%



## Calendrier 2020

**Black Friday**

27 nov

30 nov

**Cyber Monday**

**Green Monday**

14 dec

25 dec

**Noël**

### CYBER WEEK

### Black Friday & Cyber Monday

# 62%

des français comptent réaliser des achats lors du Black Friday, dont 51% sur internet et 39% en magasin.

# 1.7

Milliards €

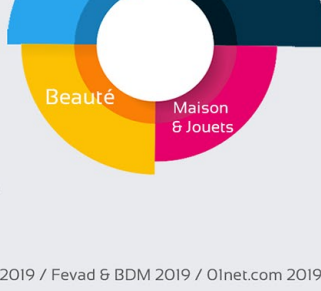
dépenses e-commerce en France pendant la Cyber Week 2019

# 7.4

Milliards \$

dépenses e-commerce aux USA pendant le Black Friday 2019

Catégories produits les plus vendues lors de la Cyber Week



En 2019, **+56M** de transactions ont été effectuées en ligne en 24H en France lors du Black Friday !

Oberlo 2020 / Insee / LSA 2020 / BVG-Orange 2019 / Fevad & BDM 2019 / Olnet.com 2019

### GREEN MONDAY



Encore peu connu, le Green Monday a été inventé par Ebay en 2007. Il a lieu le 2e lundi de décembre, soit 10 jours avant Noël !

C'est le plus gros jour de e-shopping pour les achats «last minute»

Bazaarvoice Network data 2019

# 386

Millions \$

Ventes en ligne aux USA en 2019

# 2019

48M d'acheteurs

3.3M de commandes

152M de pages vues

# Estimations 2020

50M d'acheteurs

3.5M de commandes

160M de pages vues

### NOËL

Cette année les achats de Noël ont commencé dès le mois d'octobre ! 59% des consommateurs sont d'ores et déjà en train de faire des repérages pour profiter des meilleures offres.

# 350€

Budget estimé par personne pour les achats de Noël, contre 280€ en 2019

# 80%

Des consommateurs prévoient d'acheter leurs cadeaux en ligne

Il n'y a plus de temps à perdre pour diffuser vos produits sur les réseaux les plus visités à la période de Noël avec **BeezUP** !

AntVoice 2020 / PowerReviews 2020 / I09.C 2020

## Bon à savoir

Les secteurs les plus convoités pendant cette fin d'année 2020



TOP 3 des sites marchands préférés des français pendant Noël



Le Chiffre d'affaires du e-commerce sur la période de Noël en France devrait dépasser les **22 Milliards** d'euros. Au global, les fêtes de fin d'année représentent plus de **70 Milliards €** de dépenses (retail & e-commerce).

AntVoice 2020 / Médiamétrie & Numériques.com 2020

## Impact de la Covid sur les habitudes des consommateurs

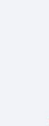


2020 ne ressemblera à aucune autre année ! Dû aux mesures sanitaires mises en place dans de nombreux pays, les marchands, les retailers et les marques doivent redoubler d'efforts pour booster leur visibilité sur le digital et ainsi compenser la baisse de fréquentation de leurs boutiques physiques.

### PRÉVISIONS 2020



La fréquence d'achat est **2.5X** supérieure au reste de l'année entre le Black Friday et Noël



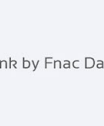
**51%** des acheteurs préfèrent faire leurs achats de Noël sur le digital cette année, contre 39% en magasin



**57%** des français indiquent avoir déjà fait des repérages pour profiter des offres de la Cyber Week



Les consommateurs sont jusqu'à **1.6%** plus omnicanal lors de leurs recherches pour les achats des fêtes de fin d'année



**92%** des consommateurs mondiaux ont des attentes toujours aussi fortes envers les marques d'après Emarsys. 21% font même d'avantage attention à la qualité du Service Client

AntVoice 2020 / BVG-Orange 2019 / Retailink by Fnac Darty 2019/ Emarsys 2020

## Priorité à l'expérience client



Aujourd'hui, les consommateurs attendent des marques et des e-marchands une **expérience d'achat optimale et cross-canal**. Comment répondre au mieux à leurs attentes ?

### Mettre en place une stratégie de vente cross-canal

- Choisissez & mettez en place les réseaux les plus adaptés à votre typologie de produits
- Personnalisez & segmentez votre catalogue produits en fonction des canaux choisis

### Pilotez vos prix avec minutie

- Faites attention aux frais de port afin de ne pas «refroidir» vos acheteurs
- Programmez des promotions en fonction des réseaux et des périodes fortes de l'année

### Centralisez vos commandes & stocks

- Gagnez du temps en synchronisant vos commandes depuis une seule plateforme grâce à BeezUP
- Minimisez les ruptures en mettant régulièrement à jour vos stocks à travers vos réseaux

Avec **BeezUP**, vous pouvez adopter une stratégie **omnidigitale** en centralisant la gestion de vos canaux marketing sur une seule plateforme. Vous gagnez en **flexibilité** afin de déployer facilement de nouveaux **points de contacts** où les clients vous attendent !

Vous savez maintenant que l'enjeu va être de taille cette année et qu'il est indispensable de diffuser au mieux votre catalogue produits pour vous démarquer sur le digital.



Le challenge est de booster efficacement vos ventes tout en offrant la meilleure expérience d'achat à vos clients.

BeezUP est là pour vous y aider !

**JE DEMANDE UNE DÉMO**

C'est gratuit et sans engagement ! 😊

Retrouvez notre blog sur [www.beezup.com](http://www.beezup.com)

