

## LES SOLDES D'ÉTÉ :

Bien connaître le **comportement de vos clients** pour une meilleure stratégie



### L'impact des ventes-privées



**80%** Des personnes ont **déjà réalisé des achats** durant les ventes-privées

**40%** Des **+ de 50 ans** n'ont **jamais fait d'achat** durant les ventes-privées



### Les chiffres clés des soldes



**40%** Ont un **budget dédié** aux soldes

**92%** Des personnes interrogées prévoient de **faire des achats durant les soldes**



### Le budget des soldes



**15%** Ont un budget de **moins de 100€**



**50%** Ont un budget entre **100 et 300€**



**31%** Ont un budget de **plus de 300€**

### QUI DÉPENSE LE PLUS :

**70%** Des **femmes** ont un budget de **plus de 300€**



**40%** Des **hommes** ont un budget de **plus de 300€**



### L'organisation avant les soldes



**59%** Font du **repérage** avant les soldes



**87%** Des personnes qui font du **repérage**, le font en partie **en ligne**



**86%** Des personnes déclarent avoir **déjà repoussé un achat** pour attendre qu'il soit soldé



### L'arrivée des soldes

**1ère** démarque

**57%**

Déclarent y aller à la **1ère** démarque

**2ème** démarque

**38%**

Déclarent y aller à la **2ème** démarque

**3ème** démarque

**26%**

Déclarent y aller à la **3ème** démarque

### SELON L'ÂGE :



**DES 18-25 ANS** déclarent avoir l'intention d'y aller dès les premiers jours



**DES + DE 60 ANS** déclarent avoir l'intention d'y aller pour la 3ème démarque



### Les types d'achat



=



**85%** Mode et accessoires



**56%** High tech



**38%** Produits culturels



=



**93%** Mode et accessoires



**43%** Soins et beauté



**30%** High tech



### Les critères d'achat



**80%** Des personnes interrogées jugent une **réduction intéressante** qu'à partir de **-40%**



L'achat est motivé par une **offre intéressante**



L'achat est réalisé pour **se faire plaisir**



L'achat est motivé par **le besoin produit**



### Les opérations marketing



**44%** Déclarent avoir été **incité à acheter** par une **newsletter**



**37%** Déclarent avoir été **incité à acheter** par un **SMS**



Déclarent avoir été **incité** par une **publicité sur un réseau social**

**66%**

Déclarent aimer recevoir des newsletters d'**offres promotionnelles**

**SMS**

**Les femmes & les + 60 ans** sont plus sensibles aux **SMS**

**1**

**Les hommes & les 41-50 ans** sont plus sensibles aux **newsletters**



Déclarent préférer recevoir **1 newsletter** par mois



Déclarent préférer recevoir **2 à 3 newsletters** par mois



Déclarent préférer recevoir **1 newsletter** par semaine

**ALTICS**  
User Analyst

D'après une étude menée au sein de l'agence Altics sur 153 répondants



[www.altics.fr](http://www.altics.fr)



[@Altics\\_Team](https://twitter.com/Altics_Team)



[Altics](https://www.linkedin.com/company/altics)

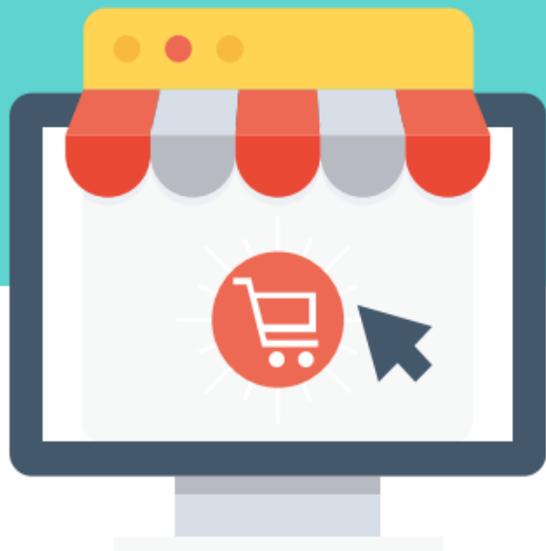


[www.linkedin.com/company/altics](https://www.linkedin.com/company/altics)



# LES SOLDES D'ÉTÉ :

Bien connaître le **comportement de vos clients** pour une meilleure stratégie



## LES SOLDES D'ÉTÉ :

.....

Bien connaître le **comportement de vos clients** pour une meilleure stratégie



## LES SOLDES D'ÉTÉ :



Bien connaître le **comportement de vos clients** pour une meilleure stratégie