

Contacts Presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévise – 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe annonce que l'utilisation des canaux marketing a augmenté de 10% au cours des deux dernières années

Munich, 16 septembre 2015 – Le dernier rapport Adobe Digital Index (ADI) révèle que le nombre de canaux de marketing digital utilisés en Europe a augmenté de 10 % au cours des deux dernières années. Une analyse portant sur plus de 1,3 milliard de milliards de pages consultées sur plus de 10 000 sites web européens et américains montre que les marketeurs n'ont jamais autant multiplié les points de contact pour cibler leurs clients. Le choix du canal s'effectue généralement en fonction de l'objectif commercial, le référencement, le display et les réseaux sociaux contribuant à renforcer la notoriété d'une marque, et les e-mails à améliorer les taux de conversion.

Les e-mails, maîtres incontestés de la conversion

Si le trafic des e-mails a enregistré une croissance régulière sur les terminaux mobiles et postes de travail (8 %), le rapport ADI souligne son rôle majeur dans la conversion et la fidélisation des clients, avec les taux les plus élevés sur l'ensemble des canaux analysés. Malgré une chute de 10 % du trafic « display » sur les terminaux mobiles dans la zone EMEA, les données révèlent que ce type de canal incite les acheteurs à revenir sur un site web, avec six fois plus de chances de convertir ces visiteurs que ceux n'ayant jamais effectué d'achat auparavant. Ces chiffres prouvent l'efficacité des e-mails et du contenu display dans la consolidation des relations avec la clientèle.

Les recherches drainent l'essentiel du trafic mobile

Véritable catalyseur de la transformation digitale, le canal mobile gagne du terrain, avec des marketeurs qui n'hésitent pas à utiliser les Smartphones et les tablettes pour offrir aux clients des expériences agréables. Le rapport ADI montre que le trafic par recherche remplace le trafic direct, les navigateurs mobiles actuels permettant aux consommateurs de rechercher plus facilement du contenu. Avec une augmentation d'environ 72 % au cours des deux dernières années, les recherches ont généré 47 % du nombre total de visites mobiles en 2015. Les consultations directes de sites web ont, pour leur part, chuté d'environ 33 %. Le rapport ADI indique également une nette progression du trafic sur les réseaux sociaux (65 %), notamment sur le canal mobile.

Premier ou dernier contact

« La multiplication des canaux complique considérablement les interactions marketing. Si pour nombre de marketeurs, les e-mails restent le canal à privilégier pour les conversions au niveau du dernier contact, le référencement, le display et les réseaux sociaux jouent toutefois un rôle important dans la sensibilisation du public, à la fois au premier contact et à mi-parcours », déclare John Watton, Director Digital Marketing EMEA chez Adobe Systems. « Tout l'enjeu consiste à offrir une expérience cohérente sur l'ensemble des canaux utilisés par le consommateur. De toute évidence, il est impossible de gérer manuellement toutes ces interactions. D'où l'urgence pour les marketeurs de faire appel à des outils informatiques. »

Liens utiles

- [Résultats du rapport ADI](#)

Adobe annonce que l'utilisation des canaux marketing a augmenté de 10% au cours des deux dernières années

À propos d'Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud permet aux entreprises de se servir des « Big Data » pour s'adresser à leurs clients et prospects, et interagir efficacement avec eux via un contenu marketing ultra-personnalisé, sur l'ensemble des équipements et points de contact numériques. Six solutions étroitement intégrées offrent aux professionnels du marketing un ensemble très complet de technologies marketing axées sur l'analyse, la gestion de l'expérience web et applicative, les tests et le ciblage, la publicité, les médias sociaux et les campagnes. Le lien avec Adobe Creative Cloud facilite l'activation instantanée de ressources de création sur la totalité des canaux marketing. Plusieurs milliers d'entreprises à travers le monde, dont les deux tiers de celles figurant au classement Fortune 50, font confiance à Adobe Marketing Cloud, avec plus de 30 500 milliards de transactions par an.

À propos d'Adobe Systems Incorporated

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.