



# L'observatoire du ROPO<sup>2</sup>

**R**esearch **O**nline **P**urchase **O**ffline / **R**esearch **O**ffline **P**urchase **O**nline

“Une mesure précise et récurrente des flux entre sites web et magasins physiques, enfin à la disposition des annonceurs.”

66 grandes enseignes analysées à travers un sondage réalisé auprès de 7 000 Français.

5<sup>ème</sup> Vague - 2016

Le comportement Omnicanal se stabilise et arrive à maturité :

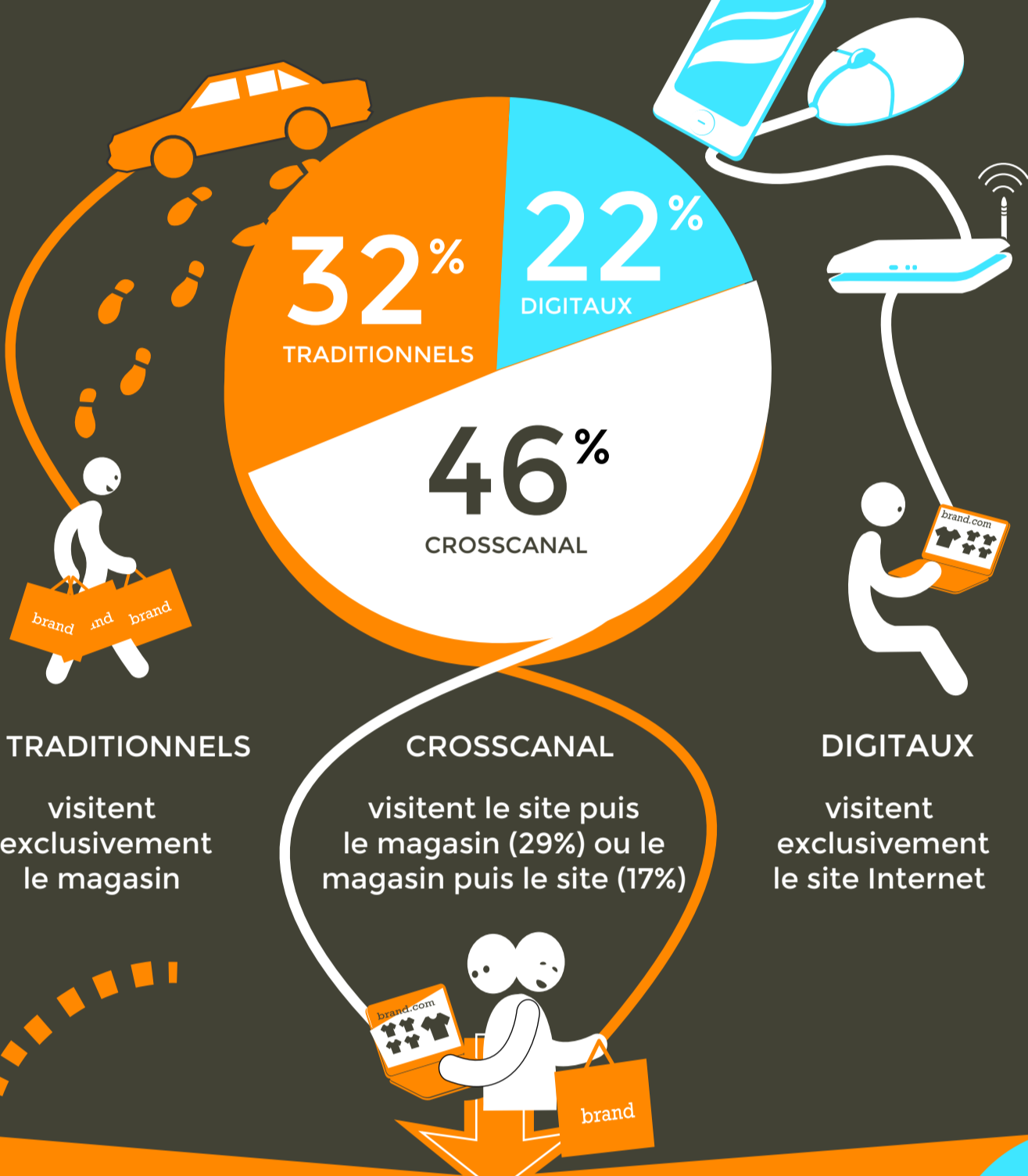
Près de **70%** des visiteurs d'une enseigne visitent son site web.



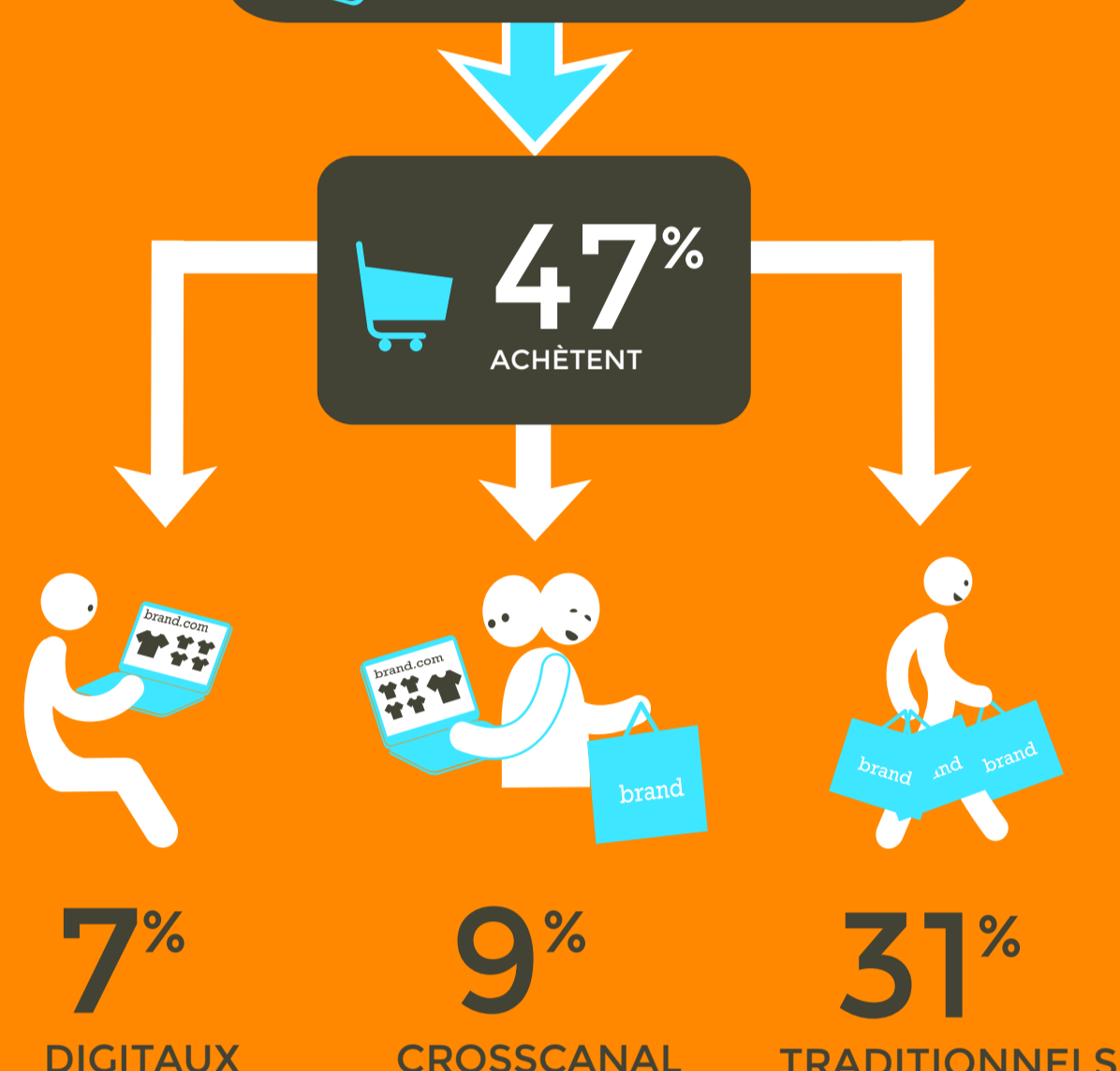
Les sites web font vendre, mais pas seulement en ligne : Une forte proportion des visites sur les sites se transforme en achat en magasin physique.

## VISITES/CURIOSITÉ

En moyenne sur 100 visiteurs d'une enseigne sur une période de 3 mois



Sur 100 visiteurs d'un site sur 3 mois



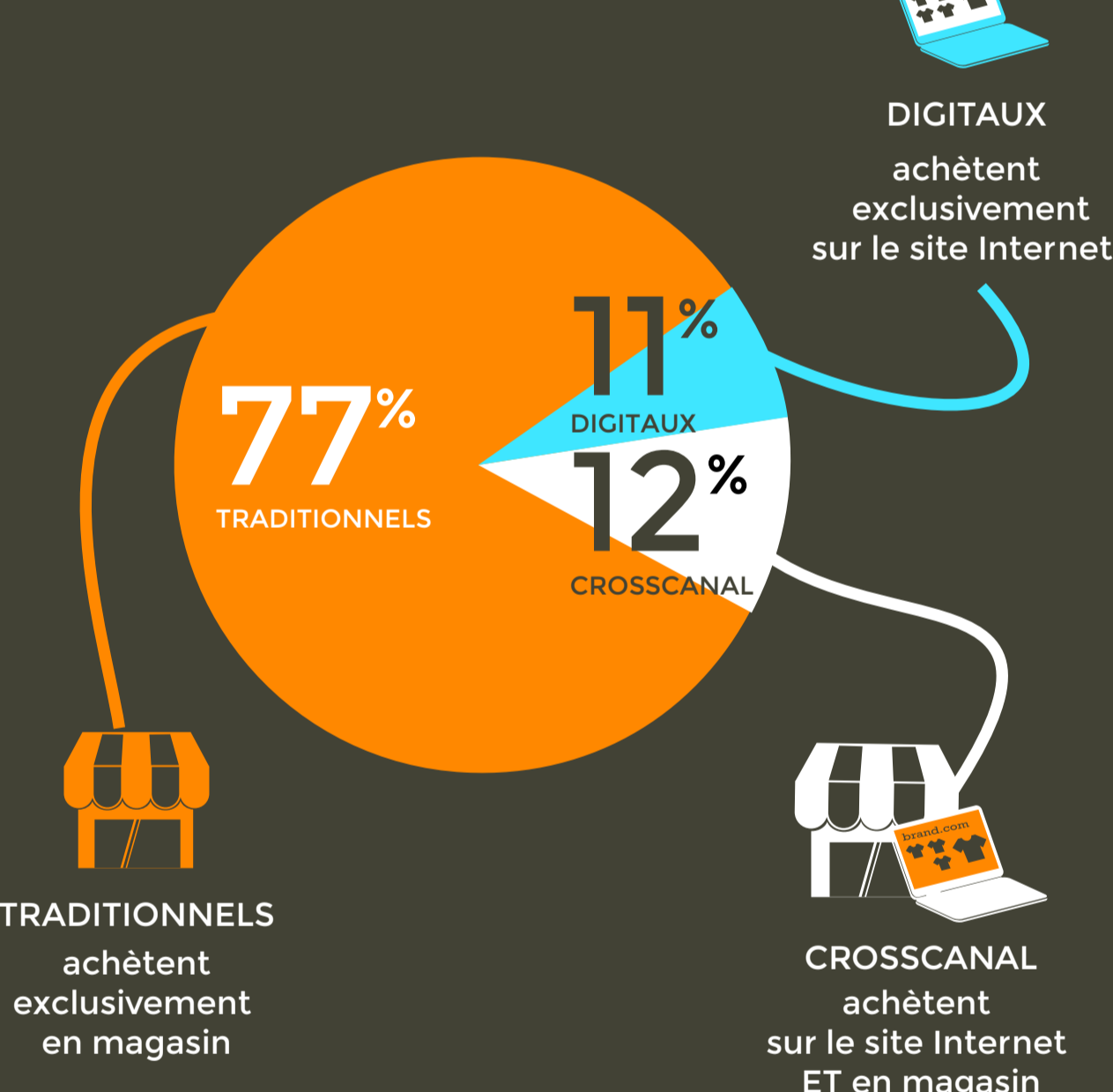
Cependant, la grande majorité (77%) des achats se fait encore de façon traditionnelle, en magasin.



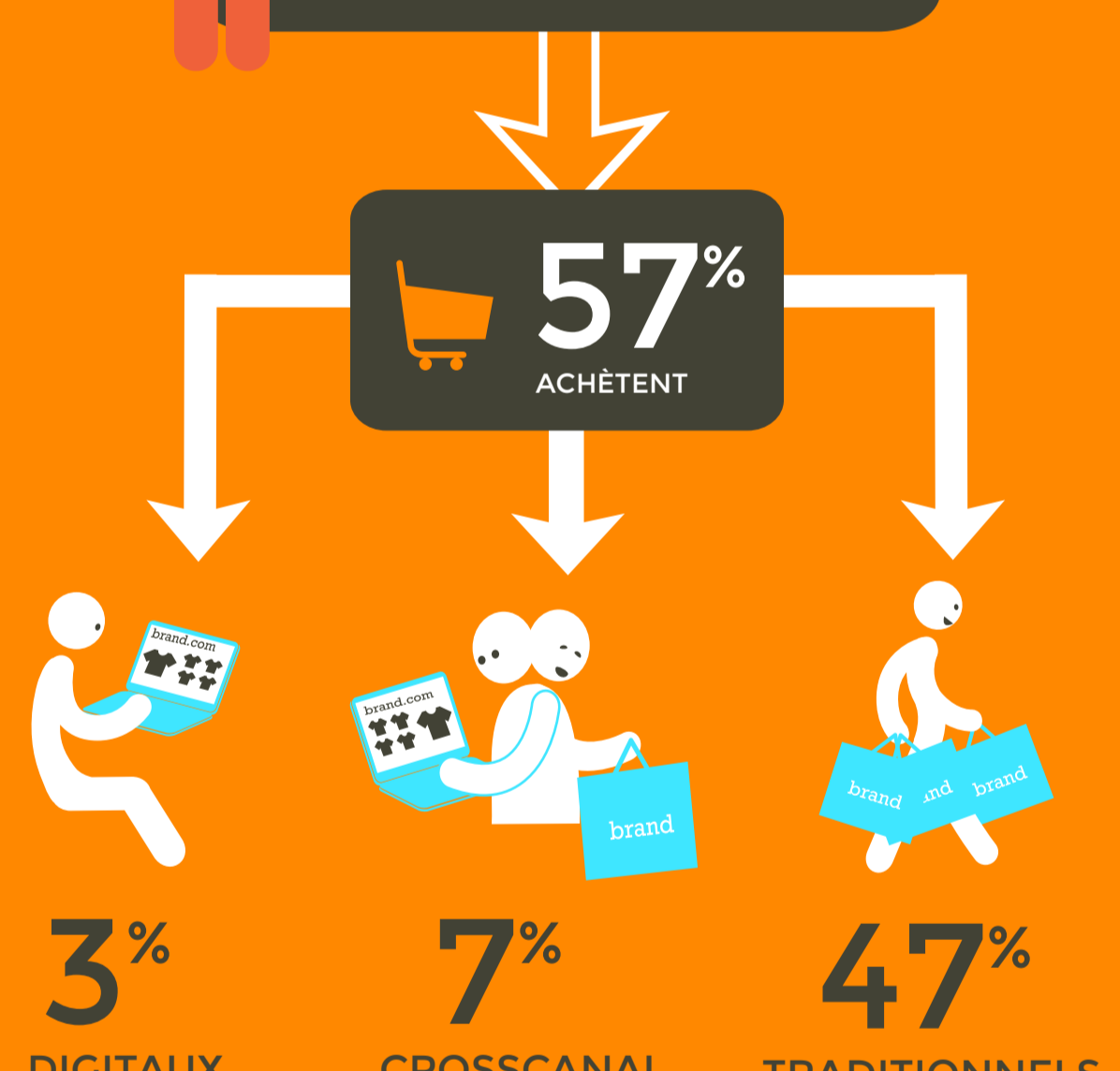
De même, une partie des visites en magasin se transforme en achat en ligne :

## VENTES

En moyenne sur 100 visiteurs d'une enseigne sur une période de 3 mois



Sur 100 visiteurs d'un magasin sur 3 mois



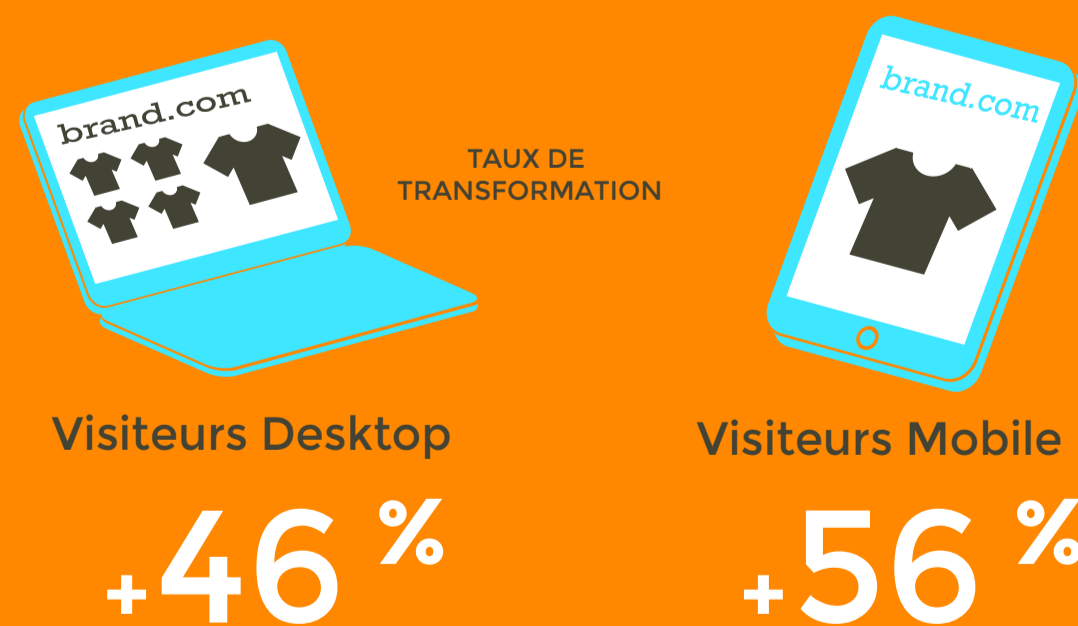
Par ailleurs, le taux de transformation des visiteurs CROSSCANAL est supérieur à celui des visiteurs TRADITIONNELS



Amazon, de plus en plus dominant en termes d'audience et de transformation



Une performance importante du Mobile avec une conversion de 56%



Alors que les sites web ont été pensés pour vendre en ligne... ils vendent beaucoup plus en magasin !

Et vous, connaissez-vous les flux de vos visiteurs et de vos acheteurs entre votre site et vos points de vente ?

**POUR MESURER VOS FLUX ROPO<sup>2</sup>, Contactez-nous !**

Anne France Allali  
Directrice Générale  
Adjointe FullSIX Data  
allali@fullsix.com

Ketty de Falco  
Directrice Générale  
CSA Research  
ketty.de-falco@csa.eu