



Les très convoités cyberacheteurs Hyper et Élite

Ce qui les distingue et comment les joindre

Les acheteurs les plus assidus en ligne mènent la croissance du commerce électronique au Canada. C'est un fait : la grosse part des ventes en ligne au pays proviennent des groupes Hyper et Élite, c'est-à-dire les cyberacheteurs qui font plus de 25 achats en ligne par année. Consommateurs actifs aux paniers toujours mieux garnis, ceux-ci comptent dépenser encore plus cette année. Assurez-vous de les satisfaire pour propulser vos ventes.

Les cyberacheteurs Hyper et Élite : un petit mais puissant segment de marché

Hyper acheteurs

- 25 à 40 achats par année
- 10 % de tous les cyberacheteurs du pays



Acheteurs d'élite

- 41 achats et plus par année
- 8 % de tous les cyberacheteurs du pays



18 %

des cyberacheteurs du pays appartiennent aux segments Hyper et Élite



60 %

des achats en ligne faits au Canada proviennent de cyberacheteurs Hyper et Élite

Ce qui les distingue



31 % Jeunes familles



23 % Génération X

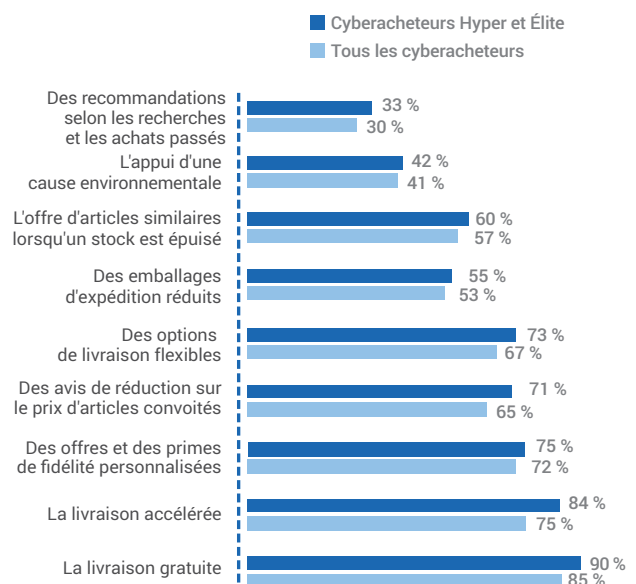


24 % Milléniaux



23 % Ontariens

Plus on achète en ligne, plus on devient exigeant



Les attentes des cyberacheteurs Hyper et Élite ne connaissent pas de frontières



87 %

ont fait un achat sur un site Web américain (c. 64 % de tous les cyberacheteurs)



64 %

ont fait un achat sur un site Web chinois (c. 40 % de tous les cyberacheteurs)



29 %

ont fait un achat sur un site Web européen (c. 15 % de tous les cyberacheteurs)

Les cyberacheteurs Hyper et Élite utilisent déjà les nouveaux canaux



95 %

ont fait un achat sur une place de marché d'ici (c. 75 % de tous les cyberacheteurs)



39 %

ont fait un achat directement chez le fabricant (c. 26 % de tous les cyberacheteurs)



20 %

participent à un programme de boîtes par abonnement (c. 11 % de tous les cyberacheteurs)



20 %

ont reçu un colis d'un programme de livraison répétée l'an dernier (c. 8 % de tous les cyberacheteurs)

Ils cherchent et magasinent en ligne au moyen d'appareils et d'applis mobiles

Lorsqu'ils cherchent un article en ligne

75 % utilisent leur téléphone intelligent (c. 60 % de tous les cyberacheteurs)

46 % utilisent leur tablette (c. 42 % de tous les cyberacheteurs)

Lorsqu'ils réservent ou achètent un article en ligne

63 % utilisent leur téléphone intelligent (c. 42 % de tous les cyberacheteurs)

36 % utilisent leur tablette (c. 29 % de tous les cyberacheteurs)



30 % préfèrent l'appli du détaillant pour suivre leur commande (c. 19 % de tous les cyberacheteurs)

Mais, ils sont encore nombreux à conclure leurs achats en ligne à partir d'un ordinateur portable ou de bureau



• 86 % les utilisent pour chercher un article en ligne (c. 83 % de tous les cyberacheteurs)

• 80 % les utilisent pour acheter ou réserver un article en ligne (c. 29 % de tous les cyberacheteurs)

Ce qui les pousse à abandonner leur panier



Un délai de livraison trop long – **66 %** (c. 54 % de tous les cyberacheteurs)



Aucune évaluation de clients – **52 %** (c. 41 % de tous les cyberacheteurs)



Droits de douane et taxes non précisés avant la caisse – **77 %** (c. 66 % de tous les cyberacheteurs)

Qui dit plus d'achats dit plus de retours d'article



66 %

ont retourné un article acheté en ligne l'an dernier (c. 37 % de tous les cyberacheteurs)



53 %

choisiront le détaillant qui offre la meilleure politique de retour (c. 50 % de tous les cyberacheteurs)

Les politiques de retour influencent nettement leurs décisions d'achat



81 %

ne feront plus d'achats auprès d'un détaillant dont la procédure de retour est décevante (c. 79 % de tous les cyberacheteurs)



56 %

ont abandonné leur panier parce que la politique de retour ne leur convenait pas (c. 45 % de tous les cyberacheteurs)



70 %

consultent la politique de retour du détaillant chez qui ils magasinent pour la première fois (c. 69 % de tous les cyberacheteurs)



54 %

ajouteront des articles à leur commande s'ils peuvent les retourner gratuitement (c. 49 % de tous les cyberacheteurs)



Pour en savoir plus sur la vente en ligne au Canada et les facteurs à exploiter pour mieux prospérer en ligne, communiquez avec un expert en cybercommerce de Postes Canada ou demandez le guide complet à postescanada.ca/evolutioncybercom.