

Tendance IDM pour ACTUBABY

Le shopping des mamans sur smartphones



L'Institut des Mamans poursuit son analyse des nouveaux parcours d'achat des mamans de jeunes enfants, une cible particulièrement connectée (85% de possession de smartphones à fin 2014).

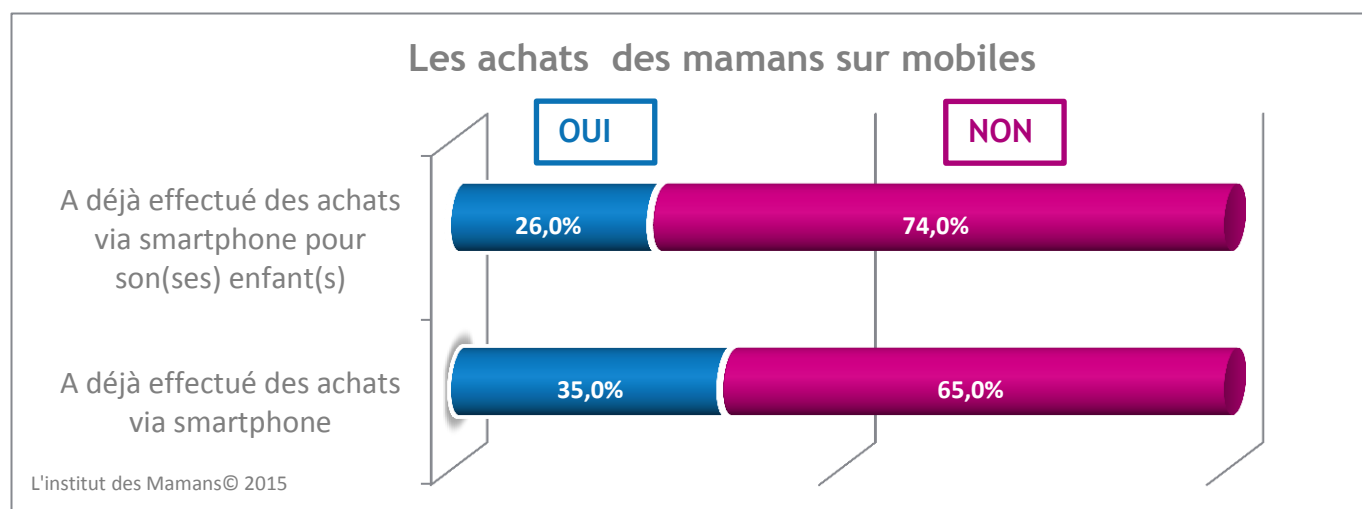
Après avoir analysé la connexion en mobilité, l'IDM s'intéresse aujourd'hui aux achats effectués par les mamans sur leurs mobiles.

Plus d'une maman sur 3 (35%) a franchi le cap soit 42% des équipées en smartphones - pour rappel sur l'ensemble de la population 43% des possesseurs de Smartphone ont déjà acheté via mobile (étude Experian 2015) -

Plus spécifiquement pour les achats destinés à l'enfant : Elles sont 1 sur 4 (26%) soit 30% des équipées.

Une tendance à suivre de près pour les différents acteurs concernés, soucieux de satisfaire ces mamans et leur nouveau « compagnon » shopping : le smartphone.

Les marques et enseignes doivent sans cesse améliorer l'expérience d'achat de ces consommatrices en proposant des stratégies de fidélité via smartphones originales et ciblées, des applications ludiques et utiles, ... autant d'outils à la disposition des marques pour s'inscrire dans le quotidien des consommatrices.



Source Etude online MOM©, My Omnibus for Mums, vague novembre 2014, auprès d'un échantillon représentatif de 300 mamans d'enfants âgés de 0 à 35 mois