

Black Friday 2020: les marques repensent leurs stratégies marketing à l'aune de la pandémie

10 novembre 2020 – À quelques jours du premier Black Friday en temps de pandémie, smsmode®, plateforme pionnière du marketing mobile par SMS, a sondé les marques pour évaluer l'impact de la COVID-19 sur leurs stratégies marketing. smsmode® a ainsi administré un questionnaire en ligne sur la période du 20 octobre au 9 novembre 2021 auprès de ses clients. Parmi les 282 réponses obtenues, 18% proviennent de commerces physiques, près de 32% de marchands exclusivement web, et près de 29% de commerces ayant une présence à la fois physique et web. Si l'événement est devenu incontournable pour les marques depuis sa première incursion en France il y a dix ans, il revêt cette année une saveur particulière pour les annonceurs qui repensent leurs stratégies marketing.

Un événement commercial devenu incontournable pour les marques...

Débarqué en France il y a dix ans, le Black Friday est devenu le 4^{ème} événement commercial le plus important pour les marques, après les soldes d'été, les soldes d'hiver et Noël.

“Pour les marques, le Black Friday est un événement marketing devenu incontournable. Importé en France par les géants américains du web il y a près de dix ans, l'événement s'est maintenant étendu aux boutiques physiques. Face aux succès croissant de ce rendez-vous, les marques déploient de plus en plus d'offres fortes pour attirer les clients en magasins ou sur le web. Le Black Friday est aujourd'hui un véritable temps fort commercial et marque le lancement du dernier sprint de fin d'année incluant sur quelques semaines, le Black Friday, les ventes de Noël puis les soldes d'hiver. Notre étude montre d'ailleurs que pour près de 55% des marques, le Black Friday est une opération commerciale de plus en plus importante”, souligne Fabien ANDRAUD, Directeur commercial de smsmode®.

... qui adaptent leurs campagnes marketing pour ce premier Black Friday en temps de pandémie

Au vu du contexte sanitaire, nul ne sera étonné que les marques repensent leurs campagnes marketing. Mais, si 46% des marques prévoient des campagnes par SMS moins importantes que l'année dernière, parmi lesquelles 55% font le lien avec la pandémie, elles sont 29% à organiser des campagnes SMS au contraire plus importantes !

“On s’aperçoit que la pandémie n’a pas nécessairement un impact négatif sur le Black Friday. Bien au contraire, pour 36% des annonceurs, cette édition 2020 est d’autant plus stratégique pour leur activité. Le confinement et la fermeture des magasins physiques entraînent une métamorphose de l’opération en faveur des marchands disposant d’une importante présence sur le web. Ce n’est plus un événement en deux temps, avec achats en magasins physiques le vendredi et achats en ligne le lundi lors du fameux Cyber Monday. Le online va nécessairement prévaloir tout au long de l’opération. Cela crée un avantage certain au profit des pure players du web qui vont tirer leur épingle du jeu. Il serait peut-être plus juste de parler de Cyber Friday cette année”, ajoute Fabien ANDRAUD *“Et pour les marques, le marketing par SMS est une véritable aubaine qui permet à la fois efficacité et immédiateté. 52% des marques utiliseront même exclusivement le SMS pour promouvoir leurs offres Black Friday 2020”.*

À propos de smsmode© :

Créée en 2004, smsmode© est l'une des principales plateformes françaises de routage de messagerie mobile (SMS, TTS, RCS, WhatsApp). Historiquement basée à Marseille, l'entreprise est également implantée à Paris et à Barcelone (Espagne). smsmode© est membre de la FrenchTech Aix-Marseille, de la MMAF (Marketing Mobile Association France) et de la GSMA (association internationale des opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile). La société compte plus de 10 000 clients parmi lesquels Doctolib, Foodcheri, Keolis, Voyage-Privé, TheFork ou encore Century 21.

Contact Presse :

Julie Bagdikian

julie@bamboum.com

07 61 23 43 67

28 32 814

SMS & BLACK FRIDAY

Quelles campagnes vont réaliser les marques cette année ?

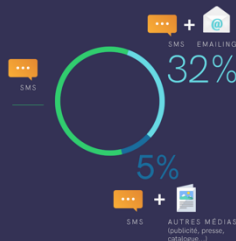
le Black Friday,
4^e événement marketing le plus important
de l'année pour les marques...



... et 55% des marques
le perçoivent comme
une opportunité marketing
de plus en plus importante.

63%

des e-commerçants
interrogés feront la
promotion de leur
opération Black Friday
exclusivement par SMS.



Black Friday 2020,
comment les marques vont-elles
adapter leurs actions marketing ?

46%

des e-commerçants prévoient des
campagnes marketing par SMS
moins importantes que l'année
dernière parmi lesquels 55% le
font en lien avec la pandémie
COVID-19



25%
envisagent des opérations SMS
identiques à l'année dernière

29%
ont prévu des campagnes SMS
plus importantes que l'année
dernière

Quid de la
COVID-19 ?

30%
prévoient que
le Black Friday 2020 sera
TRÈS IMPACTÉ
par la situation sanitaire.

POUR
66%
la COVID-19 influence
les prévisions et actions
du Black Friday 2020

POUR
36%
au vue de la situation sanitaire,
le Black Friday 2020 est
STRATÉGIQUE
pour leur activité.

Ces données sont extraites des résultats d'une enquête menée du 20 octobre au 8 novembre 2020, sur la base de 252 réponses de clients de la plateforme smsmode®.