



Plus tôt que jamais

Fêtes de fin d'année 2020

Les utilisateurs de Pinterest recherchent et enregistrent des idées pour la saison des fêtes plus tôt que jamais : *des mois à l'avance*.

Découvrez pourquoi — et ce que cela signifie pour votre marque.



La saison des fêtes sera probablement très différente cette année

Généralement, les utilisateurs de Pinterest commencent à planifier leurs projets pour les fêtes en septembre. Mais cette année, ils sont partis en quête d'idées encore plus tôt que d'habitude, puisque c'est dès le mois d'*avril* que les recherches se sont envolées.

Comment s'explique ce changement ? 2020 a été une année difficile, et les consommateurs ont besoin du réconfort des fêtes. Ils veulent que cette saison soit plus festive que jamais, et ils demandent aux marques de les aider à y parvenir.

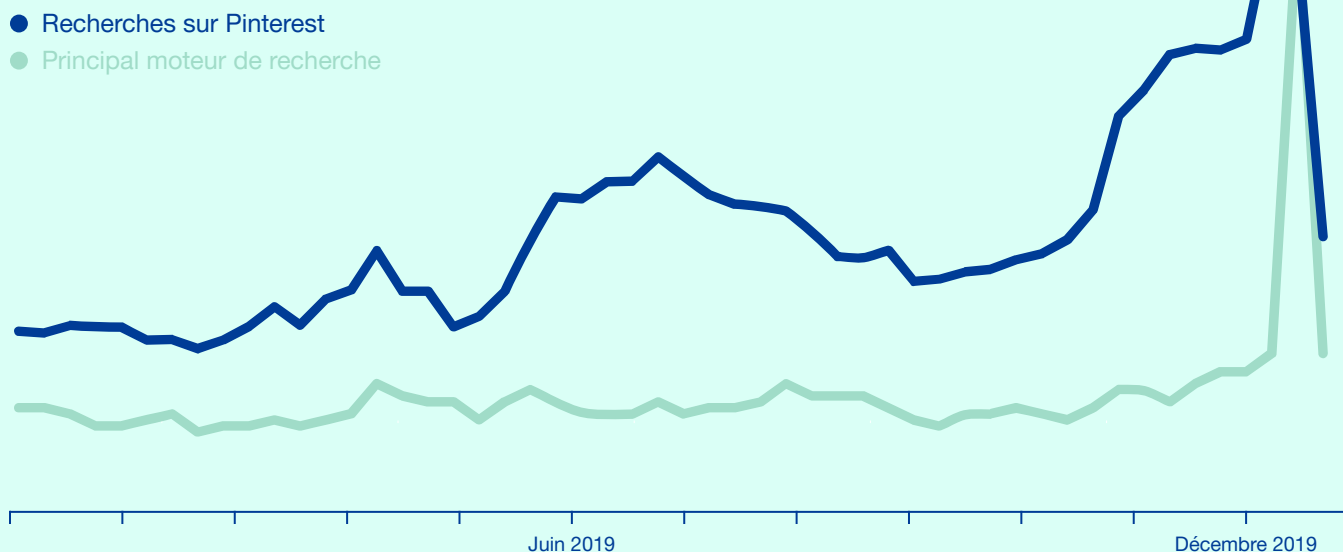
Voici un guide pratique pour se préparer pour la saison des fêtes la plus précoce qui soit. Atteignez votre audience — avant vos concurrents. Vous serez ainsi le premier choix des consommateurs lorsqu'ils feront leurs achats.



Être en avance, c'est être à l'heure

Les gens ont déjà commencé à planifier les fêtes et à faire leurs achats sur Pinterest plus tôt que sur les autres moteurs de recherche. Cette année, ces recherches se font plus tôt que jamais.

Indexation des tendances de recherche pour les fêtes selon la plateforme :



Sur le graphique ci-dessus, vous pouvez voir que les recherches pour les fêtes font un bond dès juin et juillet sur Pinterest en 2019.² En comparaison, les recherches pour les fêtes sur un moteur de recherche de premier plan ne décollent pas avant décembre.² Les gens se rendent toujours sur Pinterest plus tôt que sur les autres plateformes pour planifier leurs fêtes.

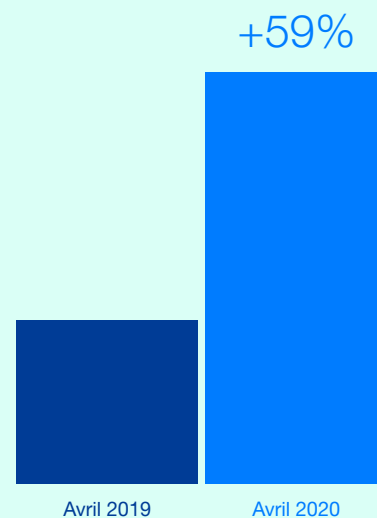
Mais cette année ? Ils sont plus en avance que jamais. Comme vous pouvez le voir sur le graphique des volumes de recherches à droite, **les recherches pour les fêtes sur Pinterest en avril 2020 ont fait un bond de 59 % par rapport à avril 2019.**¹

Cette tendance a notamment entraîné une augmentation de 100 % des recherches de "déco noel extérieur" —8 mois avant décembre. D'autres recherches pour les fêtes comme "idée déco noel" et "création de Noël" ont fait un bond de plus de 90 % et 30 % respectivement.

Quand vous atteignez les gens *en premier* lorsqu'ils font leurs projets, ils pensent à vous en premier lorsqu'ils font leurs achats. Chaque semaine, 83 % des utilisateurs ont effectué un achat sur la base des contenus présentés par une marque sur Pinterest.³ Du projet à l'achat, les utilisateurs utilisent Pinterest comme solution full-funnel. Et vous ?

Volume de recherches dans Pinterest

Comprenant *deco noel extérieur, couronne noel, idee deco noel, flocon de neige dessin.*¹



1 Données internes de Pinterest, avril 2019 vs 2020, FR

2 Source : compilé à partir des données de Pinterest et de données tierces publiques, janvier 2019-2020, Monde entier

3 GfK, États-Unis, Pinterest Path to Purchase Study among Weekly Pinners who use Pinterest in the Category, novembre 2018

Les consommateurs demandent aux marques de les aider — dès maintenant

D'après nos dernières recherches, cette année, les gens cherchent à faire passer les fêtes de fin d'année à la vitesse supérieure. Et ils demandent *clairement* aux marques de les aider à se préparer tôt.

Voici comment les utilisateurs prévoient de donner de l'importance à cette saison :

« Noël, c'est être avec quelqu'un qu'on aime... Pour moi, la chose la plus importante est de s'assurer que Noël soit agréable, chaleureux et convivial »

Utilisatrice, 40 ans²

« Octobre est le mois où je fais habituellement mes achats de Noël. Mais je pense que je vais être prudente cette année et commencer bientôt. »

Utilisatrice, 30 ans²

« Oui, le monde a des problèmes, mais c'est la période des fêtes. Nous sommes vivants, nous sommes en bonne santé, et je voudrais que nous puissions tous nous amuser et être reconnaissant d'être en vie. Et également reconnaissant d'avoir tout le temps que nous pouvons passer ensemble dans la paix et la santé. »

Utilisatrice, 50 ans²

50%

Au niveau mondial, près de la moitié des utilisateurs disent vouloir que les marques les aident à faire passer les fêtes à « la vitesse supérieure ».¹

Comment les marques peuvent-elles s'intégrer de manière authentique ? Les utilisateurs sont déjà à la recherche de décorations de Noël et commandent des provisions pour s'assurer de pouvoir préparer leur plat préféré. Ils veulent l'aide des marques, même dans les moments les plus personnels :

4 utilisateurs sur 10 disent qu'ils veulent que les marques les aident à forger des liens avec leurs proches et à créer des moments spéciaux en famille cette année.¹

Passez à l'action

Pour beaucoup, ce sera la première fois qu'ils recevront pendant les fêtes de fin d'année, créant ainsi une nouvelle audience pour les marques. Réfléchissez à la façon dont vous pouvez parler aux débutants — de l'apprenti cuisinier qui doit préparer la dinde au décorateur amateur qui a besoin d'inspiration pendant les fêtes.

N'oubliez pas que le budget est une priorité pour les gens qui planifient les fêtes. 40 % des personnes interrogées ont déclaré qu'elles allaient célébrer en faisant attention au budget cette année. Adaptez vous en leur proposant des réductions « early bird » bien avant les événements commerciaux comme le Black Friday.

¹ Données internes de Pinterest, Enquête Anket in-app, pays étudiés : US, CA, DE, FR, AU, UK

² Usertesting.com, International, Consumer Predictions for Holiday 2020 among self-reported monthly Pinners who are also holiday planners/executors, mai 2020

Soyez là quand ils choisissent leurs cadeaux

Cette année, les achats se feront en grande partie en ligne et les consommateurs ont des attentes plus élevées en matière d'e-commerce. Voici trois conclusions de notre recherche sur les fêtes en 2020 :

1. Ils sont plus susceptibles de se faire plaisir cette année. Ils cherchent un cadeau pour eux-mêmes.

Les utilisateurs sont 30 % plus susceptibles que les non-utilisateurs de s'offrir un cadeau spécial pendant cette saison.²

Passez à l'action

Les cadeaux pour les autres sont un objectif clé, mais n'en faites pas le seul. Jouez sur les achats que les utilisateurs pourraient faire pour eux-mêmes. Aidez-les à comprendre la valeur unique des soins, de la beauté et du bien-être en ce moment.



2. Ils se préoccupent de la logistique, comme les vitesses d'expédition, les dates de livraison et l'assistance à la clientèle

« Je vais commencer mes recherches sur Internet beaucoup plus tôt que d'habitude parce que les délais de livraison sont incertains en ce moment. On ne sait pas exactement quand on pourra recevoir les produits qu'on achète. »

Utilisateur, 35 ans²

Passez à l'action

Les consommateurs savent parfaitement ce qu'ils attendent des marques cette saison. Soyez tout aussi clairs sur ce que vous pouvez leur offrir. La livraison sera-t-elle gratuite ou garantie ? Des essais de 30 jours ? Faites-le savoir pour répondre directement à leurs questions les plus pressantes.



3. Ils souhaitent désormais consommer des produits plus durables et éviter le gaspillage.

« Les déchets sont un énorme problème aujourd'hui, donc j'aimerais faire le minimum en recyclant et en ne gaspillant pas davantage. »

Utilisatrice, 25-34 ans³

Passez à l'action

Positionnez-vous et communiquez autour de toutes les résolutions que votre marque aura pris, autour de votre mission qui pourrait particulièrement bien raisonner dans ce nouveau monde. C'est également l'occasion d'opter pour des emballages recyclables plutôt que d'utiliser du plastique à usage unique.

1 Talk Shoppe, États-Unis, 2019, Winter Holiday Moments among Weekly Pinners and non-Pinners
2 Usertesting.com, international, Consumer Predictions for Holiday 2020 among self-reported monthly Pinners who are also holiday planners/executors, mai 2020 ;
3 GWI May 19-26 Germany: Has the importance of any of those things changed for you, because of Coronavirus?



Apprenez à connaître votre audience pour la développer

Tous les gens qui planifient tôt ne sont pas les mêmes. Vous trouverez ici une segmentation des états d'esprits les plus représentatifs de l'audience de Pinterest que nous voyons apparaître dans nos données 2020. Utilisez cette segmentation pour nourrir votre créativité et consultez les exemples d'épingles de notre équipe marketing qui appliquent les bonnes pratiques créatives pour atteindre et intéresser les utilisateurs. Votre créativité est au cœur de l'inspiration des consommateurs.

- 1 Pour les "early birds"
- 2 Pour les traditionalistes
- 3 Pour ceux qui aiment se faire des cadeaux
- 4 Pour les décorateurs
- 5 Pour les "shopper" débutants
- 6 Pour les hôtes d'exception



Votre liste de souhaits pour préparer Noël

C'est le début du retour à la normale. Mais les gens attendent aussi des marques que leurs contenus reflètent leur « nouvelle normalité ». N'oubliez pas ces quatre éléments lorsque vous créez votre contenu :

- Cette saison est spéciale.
L'année a été difficile. Partout dans le monde, les gens disent que les fêtes de cette année auront plus d'importance pour eux que les années précédentes.
- Si vous ne pensez pas déjà aux fêtes, vous êtes en retard.
Les recherches pour les fêtes décollent déjà. Soyez la marque qu'ils découvrent en premier cette saison et vous serez leur premier choix quand il sera temps de faire du shopping.
- Une expérience e-commerce inspirante est essentielle.
Engagez avec vos consommateurs plus tôt dans le parcours d'achat en ligne en donnant vie à vos produits afin de leur offrir une expérience comme en magasin.
- Communiquez de façon claire.
La logistique, comme les durées d'expédition et les solutions de cadeaux sans contact, est plus importante que d'habitude. Faites savoir de manière proactive comment votre marque répond à ces préoccupations.



C'est toujours sur Pinterest
que commencent les fêtes.
Mais cette année, c'est plus
tôt que jamais.

Soyez la marque qu'ils découvrent en
premier cette saison et vous serez leur
premier choix quand il sera temps de
faire du shopping.

Soyez le premier à répondre « présent »
auprès de votre audience pour les fêtes.

Sur Pinterest.