

Back To School chez Fnac Darty

🕒 | 16 AOÛT > 26 SEPTEMBRE 2021 | 🕒
17 AOÛT > 27 SEPTEMBRE 2020

BUSINESS

Fnac & Darty, les premières enseignes omnicanales et spécialisées consultées sur la période de Back To School.

+2% de produits vendus en ligne

+3 points sur le taux de transformation global en magasin

Source : Etude BVA - Bilan Opérations de rentrée Fnac et Darty 2021 - Base 1499 répondants.

AUDIENCES

19,5 M

de visiteurs uniques dédoublés (MNR SEPT 2021)

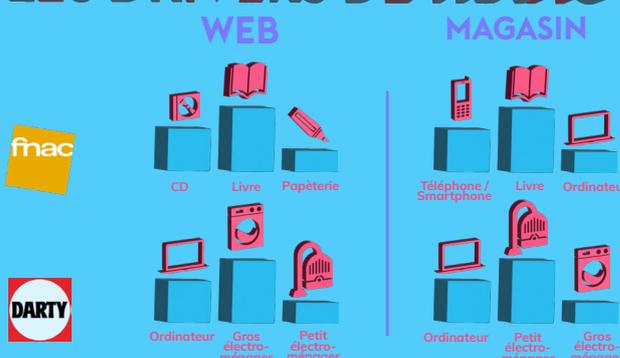
Visites **62%** 3^{es} **35%**

Achats **37%** 2^{es} **60%**

+1,6 point les ÉTUDIANTS consultent plus de pages Fnac.com durant l'opération, que le reste de l'année*

+1,7 point les RESPONSABLES DES ACHATS consultent plus de pages Darty.com durant l'opération, que le reste de l'année*

LES DRIVERS DE TRAFIC



Source : Etude BVA - Bilan Opérations de rentrée Fnac et Darty 2021

SHOPPERS

Portrait robot des clients actifs durant Back To School 2021

fnac **2M** d'actifs | 11% de nouveaux clients | 17% d'acheteurs de promos

DARTY **1M** d'actifs | 18% de nouveaux clients | 37% d'acheteurs de promos

NOUVEAUX CLIENTS

+27 pts



plus jeunes et plus nombreux chez les < 24 ans

+12 pts



plus représenté chez les femmes

+20 pts



plus exclusifs produits techniques

ACHETEURS DE PROMOS**

+8 pts



plus en Ile-de-France

+18 pts



plus exclusifs magasin

NOUVEAUX CLIENTS

+18 pts



plus jeunes et plus nombreux chez les < 24 ans

+3 pts



plus représenté chez les hommes

+24 pts



plus exclusifs web

ACHETEURS DE PROMOS**

+2 pts



plus en Ile-de-France

+2 pts



plus exclusifs magasin

RETAILINK

BY FNAC DARTY

www.retailink.fr

*Source : MNR - moyennes mensuelles 2021 ; indicateur Pages Vues par cible « Etudiant » et « Responsables des achats » (%). ** Comparaison des clients acheteurs de produits Back To School vs l'ensemble des clients actifs durant l'opération. « Nouveaux clients » : clients ayant réalisé au moins un achat durant l'opération, et créé un compte après la date de démarrage de l'opération.