



Le marketing en pleine évolution

Étude Vistaprint sur l'évolution du marketing pendant la crise du COVID-19 en France

avril 2021

Adaptation réalisée par [Visionary Marketing](#)



onepoll.

 vistaprint®

 Visionary
MARKETING & INNOVATION

Quelques précisions sur l'étude

- Étude réalisée en français sur la France
- Auprès d'entreprises de moins de 10 salariés
- Sur un échantillon* de 150 à 380 répondants selon les questions
- Sondage réalisé en mars par OnePoll

NDLR : malgré notre insistance, il ne nous a pas été possible d'obtenir plus de précisions quant à l'échantillon sondé. Nous recommandons donc aux lecteurs de considérer les résultats de cette étude avec la plus grande prudence, et de les prendre comme une indication, certes plausible, de l'état des lieux des petites entreprises face à la crise, propre à servir d'hypothèse qui reste à vérifier.





CETTE ÉTUDE A ÉTÉ TRADUITE ET ADAPTÉE
PAR

VISIONARY MARKETING

+33 1 8686 0538

VISIONARYMARKETING.COM

@VISMKTG

Le marketing en pleine évolution

- Plus d'un quart (26 %) des chefs d'entreprises françaises ont **modifié leur offre de services ou de produits** depuis le début de la pandémie de Covid-19.

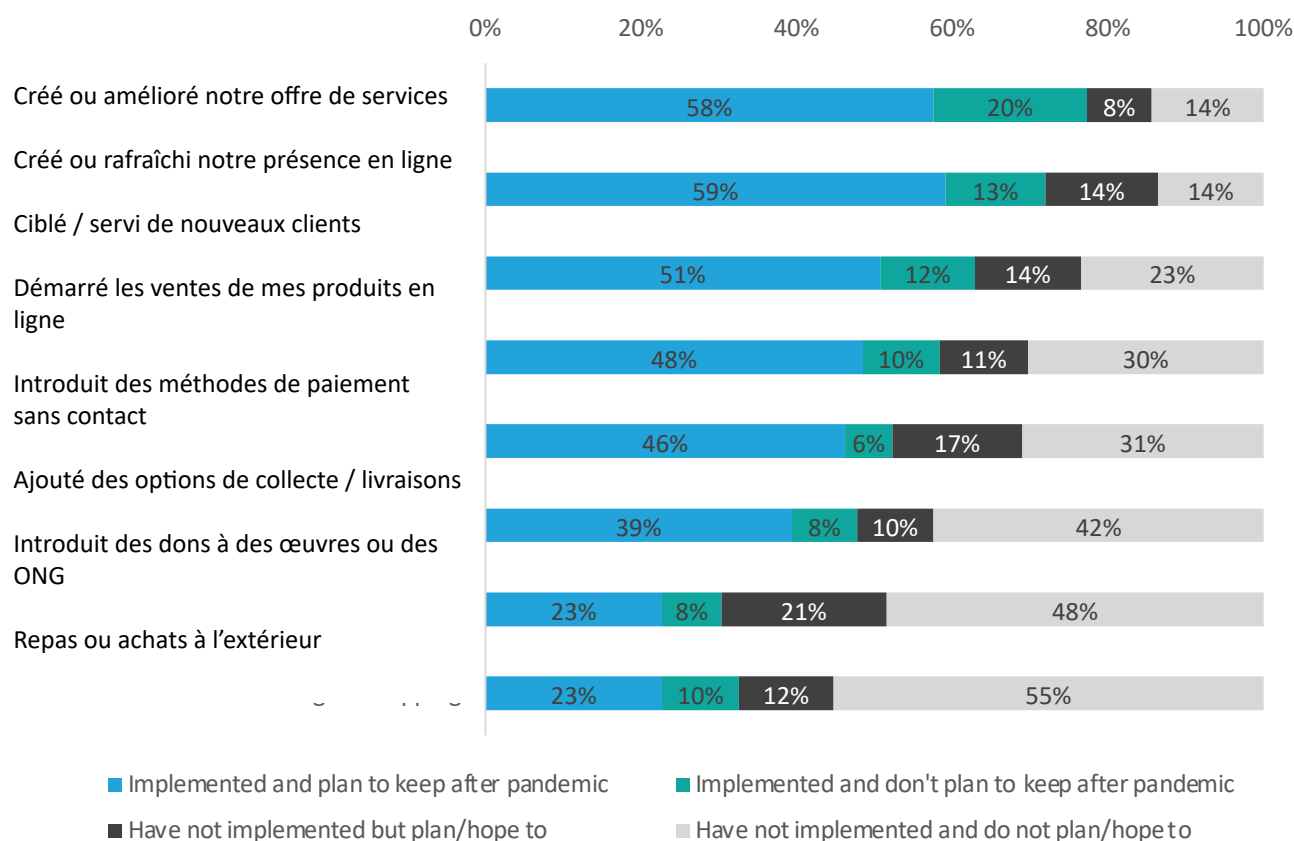
Parmi ceux qui ont modifié leur offre de services ou de produits depuis le début de la pandémie de Covid-19 (n=132) :

- 37% ont effectué de **petits changements, par exemple en** modifiant certains de leurs supports marketing, en ajoutant de nouveaux produits ou services.
 - 39% ont procédé à au moins **un changement majeur, par exemple en** commençant à vendre en ligne, en ajoutant un service de livraison, en commençant à vendre dans un autre pays, en ajoutant un service "click & collect".
 - 24 % ont **complètement réinventé leur** entreprise, par exemple en commençant à vendre des produits et des services complètement différents, en changeant de clientèle cible.
- 61% s'accordent à dire que, dans l'ensemble, la pandémie les a amenés à effectuer des changements qui **profiteront à leur entreprise à long terme.**
 - 24% tout à fait d'accord
 - 37% plutôt d'accord
 - 11% fortement en désaccord



Question :

Depuis le début de la pandémie de Covid-19, de quelle manière avez-vous modifié votre modèle économique et avez-vous l'intention de maintenir ces changements ?



Aperçu

Parmi ceux qui ont modifié leur offre de services ou de produits depuis le début de la pandémie de Covid-19 (n=132) :

- 77% ont **ajusté/ajouté des offres de produits et de services**
 - 58% prévoient de maintenir ce changement après la pandémie
 - 29% ne prévoient pas de maintenir ce changement après la pandémie
 - Alors que 14% n'ont pas mis en œuvre cette mesure et ne prévoient pas/espèrent le faire
- 72% ont établi ou rafraîchi leur **présence commerciale en ligne**
 - 59% prévoient de maintenir ce changement après la pandémie
 - 13% ne prévoient pas de maintenir ce changement après la pandémie
 - Alors que 14% n'ont pas mis en œuvre cette mesure et ne prévoient pas/espèrent le faire



Pourquoi ?

Parmi ceux qui ont apporté des changements spécifiques à leur modèle d'entreprise (n=127) :

- 37% ont déclaré que le **changement le plus important** qu'ils ont apporté à leurs clients est l'**ajustement/le complément des offres de produits** et de services.
- **Ceci a été suivi par :**
 - Cibler/servir un nouveau type de client (23%)
 - Une présence commerciale en ligne établie ou rafraîchie (20 %)
 - J'ai commencé à vendre mes produits et services en ligne (19%)

Parmi ceux qui ont modifié leur offre de services ou de produits depuis le début de la pandémie de Covid-19 (n=132) :

- Deux tiers (66%) ont déclaré que les changements apportés ont eu un impact positif sur leur activité.
 - 27% très positif
 - 39% plutôt positif
 - 5% un impact négatif
- Afin d'adapter leur entreprise à la crise, les personnes interrogées ont dû **investir** en moyenne **617,5 euros** dans les changements.

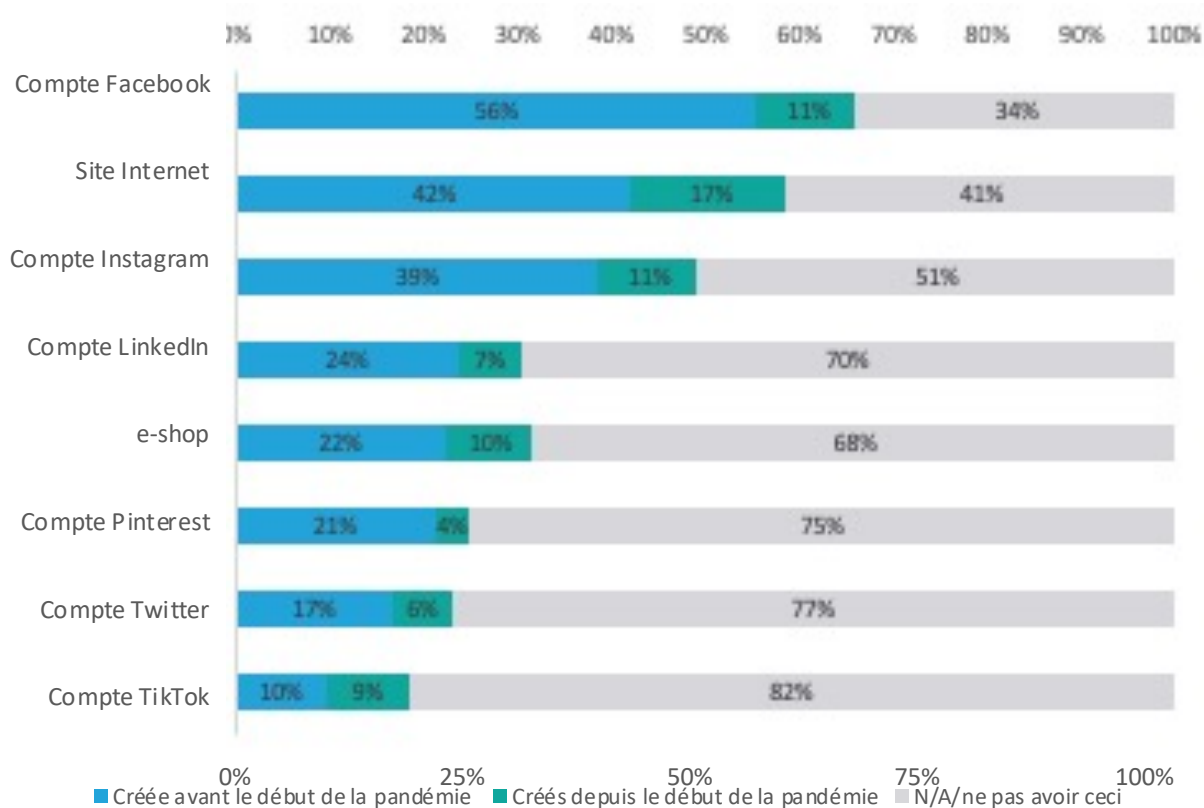


Sur le marketing

- 40 % des chefs d'entreprises ont axé leur marketing sur les **médias sociaux** (organiques et payants) à la suite de la pandémie.
- **Ceci a été suivi par :**
 - Site web (28%)
 - Publicité numérique (13%)
 - Partenariats (10%)
- Cependant, 35 % n'ont pas indiqué de destination particulière ou n'ont pas investi dans le marketing.
- Depuis le début de la pandémie, 28 % ont recouru au marketing digital **plus souvent** que d'habitude.
 - 28 % l'utilisent autant que d'habitude.
 - 4% ont moins utilisé le marketing numérique
- Cependant, **40 % n'utilisent pas le marketing numérique**

Question :

Veillez indiquer, le cas échéant, depuis combien de temps votre entreprise dispose d'une présence sur les médias suivants



Aperçu

- 56% des propriétaires d'entreprises ont un **compte Facebook** qu'ils ont depuis avant le début de la pandémie
 - 11% en ont créé un depuis le début de la pandémie
 - 34% n'ont pas de compte Facebook
- 47 % des personnes interrogées ont un **site web** qu'elles ont depuis avant le début de la pandémie.
 - 17% en ont créé un depuis le début de la pandémie
 - 41% ne disposent pas d'un site web

Un marketing efficace

Parmi ceux qui ont une présence Web ou des comptes médias sociaux (par exemple, un site web et des comptes de médias sociaux) (n=380) :

- 55% ont trouvé que **Facebook** était le réseau social le plus efficace pendant la pandémie de Covid-19 pour trouver de nouveaux clients
- **Ceci a été suivi par :**
 - Instagram (23 %)
 - LinkedIn (9%)
 - Pinterest (4%)
- Depuis le début de la pandémie de Covid-19, seuls 17% des chefs d'entreprise ont déclaré avoir augmenté leur budget marketing
 - 19% disent l'avoir augmenté
 - 64% ont déclaré que la situation est restée la même





Aides gouvernementales

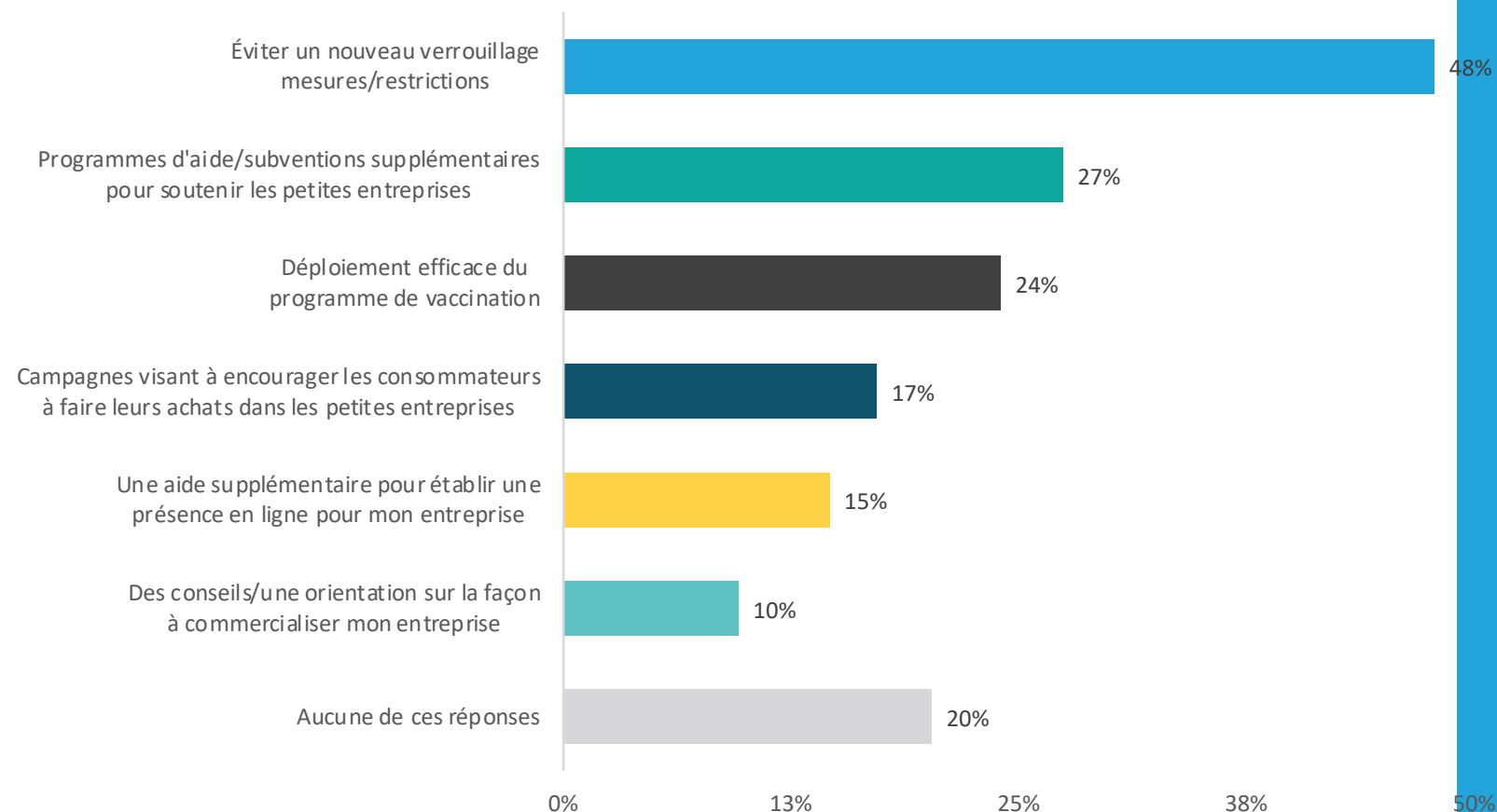
- Depuis le début de la pandémie de Covid-19, les propriétaires d'entreprises ont déclaré qu'une moyenne de **10,7 %** des **aides gouvernementales** que leur entreprise a reçues a été allouée au **budget marketing**
 - 41% ont déclaré que leur entreprise **n'a pas reçu** d'aide gouvernementale.

Parmi ceux qui ont reçu une aide gouvernementale (n=294) :

- 14% l'ont utilisée pour actualiser leur marketing traditionnel
 - 12% l'ont utilisé pour améliorer l'optimisation des moteurs de recherche
 - 12% l'ont utilisé pour acquérir de nouvelles compétences
- Cependant, 36% ont déclaré l'utiliser pour d'autres usages.
- 27 % ont déclaré ne pas l'avoir encore utilisée

Question :

Lequel des éléments suivants sera le plus important pour le succès de votre entreprise au cours des 12 prochains mois ?



Évolution des affaires

Aperçu

- Au cours des 12 prochains mois, 48 % des propriétaires d'entreprises pensent que le **fait d'éviter de nouvelles mesures de verrouillage/restrictions** sera le plus important pour le succès de leur entreprise.
- **Ceci a été suivi par :**
 - Programmes d'aide/de subvention supplémentaires pour soutenir les petites entreprises (27%)
 - Déploiement efficace du programme de vaccination (24%)
 - Campagnes visant à encourager les consommateurs à faire leurs achats dans les petites entreprises (17%)

Perspectives d'avenir

- Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie "très improbable" et 10 "très probable", les chefs d'entreprise ont **évalué la probabilité qu'ils recrutent du personnel supplémentaire** pour leur entreprise au cours des 12 prochains mois à une moyenne de **2,4/10**.
- Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie "pas du tout confiant" et 10 "très confiant", les entrepreneurs ont **évalué leur confiance** dans la capacité de leur entreprise à **poursuivre ses activités** au cours des 12 prochains mois à une moyenne de **7,1/10**.
- Un tiers (33 %) des personnes interrogées pensent que **le chiffre d'affaires de** leur entreprise **augmentera** en 2021 par rapport à 2020.
 - 35% pensent qu'il restera le même
 - 18% pensent qu'il va diminuer
 - 14% disent qu'ils ne savent pas

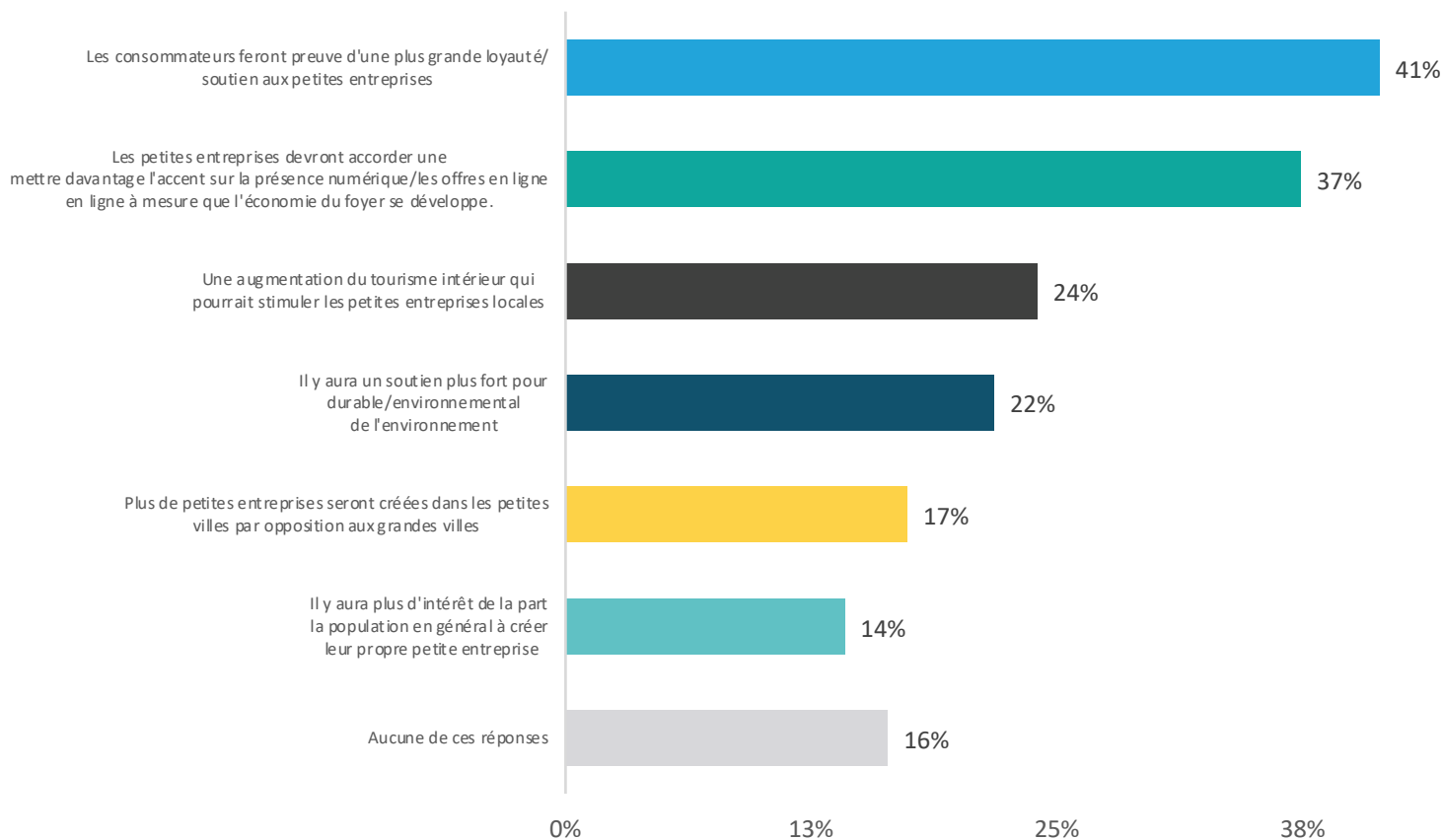
Parmi ceux qui pensent que le chiffre d'affaires de leur entreprise va augmenter en 2021 (n=163) :

- Les répondants pensent qu'il augmentera en moyenne de **18,4%**.



Question :

Selon vous, quels seront les changements les plus importants pour les petites entreprises françaises au cours des 5 prochaines années ?



Évolution des affaires

Aperçu

- 41% des personnes interrogées pensent que l'un des plus grands changements pour les propriétaires de petites entreprises françaises au cours des 5 prochaines années sera que les **consommateurs feront preuve de plus de loyauté/soutien envers les petites entreprises.**
- **Ceci a été suivi par :**
 - Les petites entreprises devront mettre davantage l'accent sur la présence numérique et les offres en ligne à mesure que l'économie du foyer se développe (37 %).
 - une augmentation du tourisme intérieur, qui pourrait stimuler les petites entreprises locales (24 %)
 - Les petites entreprises durables/environnementales bénéficieront d'un soutien accru (22 %).