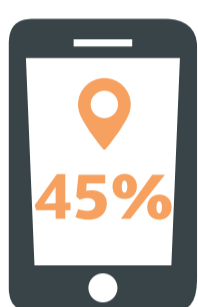


Le smartphone, plus que jamais un équipement primordial



66%
des utilisateurs **préparent** leur visites en **point de vente**

La géolocalisation, de plus en plus acceptée



des **utilisateurs** smartphones



pour bénéficier de **bons plans**

La recherche personnelle, un facteur prédominant du drive-to-store :



66%
se sont rendus en **point de vente** après avoir effectué une **recherche**



Les communications*, un complément efficace pour inciter à se rendre en **point de vente**



58%
se sont rendus en **point de vente** suite à la réception d'une **communication***

Les communications* **géolocalisées**, particulièrement performantes pour inciter à la visite du **point de vente**



70%
des utilisateurs ayant reçu une **communication*** **géolocalisée** se sont rendus dans le **point de vente**

*Communications : sms, e-mail, publicité sur site ou application, notification via une application