
Un tiers des annonceurs français ont accru leurs dépenses en ligne en 2009

Malgré la crise, 36% des annonceurs français ont augmenté leurs dépenses en ligne en 2009, selon la troisième édition du Baromètre des investissements digitaux, publié par Digitas avec le concours de Performics. Internet est ainsi le média qui a le moins souffert des réductions et des annulations de budgets (11% et 18%). Il sauve la mise en raison de sa réactivité, de son coût, de son retour sur investissement et des actions d'innovation qu'il propose. Les liens sponsorisés, les campagnes display, le conseil stratégique, le social media ainsi que le marketing mobile sont en croissance en 2009. L'e-mailing (fidélisation) et la conception de site, respectivement utilisés par 74% et 59% des annonceurs, demeurent le duo gagnant des leviers numériques. En 2010, outre la conception de site, les annonceurs privilégieront la création de contenus et le social media marketing pour dynamiser et renforcer leur relation avec les consommateurs.

En savoir + Cathy Leitus .

<http://www.strategies.fr/actualites/marques/129205W/un-tiers-des-annonceurs-francais-ont-accru-leurs-depenses-en-ligne-en-2009.html>