

# LA FOLIE COMMERCIALE DU 11.11



## Novembre 2020

Nous sommes à quelques jours du Black Friday, l'événement commercial qui nous vient de nos amis de l'autre côté de l'Atlantique pour nous apporter moult affaires et soldes. Certains seront sans doute étonnés d'apprendre qu'ils ont déjà raté **le plus grand festival d'e-commerce du monde, le 11 novembre, Double 11** ou la fête des célibataires en Chine dont les records de ventes annuels sont à faire verdier de jalousie les géants américains.

photo : Niu Jing/VCG via Getty Images

## LE 11.11, LA JOURNÉE DE TOUS LES RECORDS

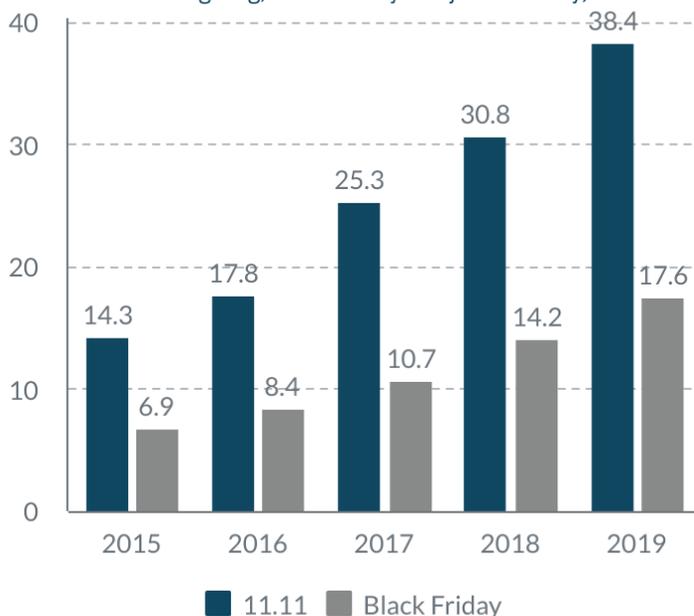
Comme on l'observe sur le graphique ci-contre, rien que les ventes du géant de l'e-commerce chinois Alibaba de cette journée sont **deux fois plus importantes que celles de toutes les ventes d'e-commerce aux Etats-Unis** durant Thanksgiving, le Black Friday et le Cyber Monday combinés.

Cette année encore, Alibaba s'est surpassé. **Pour la première fois, le 11 Novembre s'est déroulé sur quatre jours plutôt qu'un seul** et a ainsi doublé ses ventes pour atteindre \$74.1 billion en volume brut de marchandise contre \$38.4 billion en 2019.

L'année dernière, les chinois ont dépensé \$225.9 billion durant la journée du Double 11, ce qui équivaut à 1.65% du PIB de la Chine. L'envoi et la livraison de ces achats auraient **mobilisé plus de 3 millions de personnes et 4000 avions et bateaux cargo pour 660 millions d'acheteurs.**

## DOUBLE 11 VS THANKSGIVING WEEKEND

(valeur totale de toutes les marchandises vendues en *billions of dollars \$* : Alibaba le 11.11 VS tout l'e-commerce américain durant Thanksgiving, Black Friday et Cyber Monday)



### TOP 5 CATÉS

+ VENDUS



#1  
COSMÉTIQUES



#2  
MODE



#3  
ALIMENTATION



#4  
GRANDE  
CONSUMMATION



#5  
MÈRE/ENFANT

## LES GRANDS FESTIVALS COMMERCIAUX CHINOIS

Le calendrier de l'e-commerce chinois est bien rempli, quasiment **tous les mois se parent de leur propre événement promotionnel**. Beaucoup correspondent à certaines fêtes traditionnelles, telle que la fête de la mi-automne, le dragon boat festival, la saint-valentin chinoise etc, tandis que d'autres sont de pures inventions des grandes plateformes de ventes, telle que le 12 décembre (Double 12). Parmi tout ceci, voilà les trois plus importants.



**6.18** : Fondé le 18 juin 1998, Jindong (JD), le deuxième géant de l'e-commerce chinois organise un grand festival de promotions chaque année à l'occasion de son anniversaire. Aujourd'hui, les 18 Juin de JD sont devenus une grande affaire au même titre que le festival Double 11.

**11.11** : À l'origine un événement promotionnel à petite échelle lancé par Alibaba en 2009, c'est désormais le plus grand festival d'e-commerce dans le monde.



**Le nouvel an Chinois** : Les géants chinois de la tech organisent différents types d'activités et de promotions deux semaines avant la fête pour augmenter les ventes, notamment pour les cadeaux à offrir lors des réunions de famille.

## PETITS CONSEILS STRATÉGIQUES POUR UN 11.11 RÉUSSI

- **Le festival du 11.11 est extrêmement compétitif, les taux de rabais moyens se situent autour de 30 %.** Les marques se préparent généralement plusieurs mois à l'avance, certaines commencent d'ailleurs fin novembre... de l'année précédente.
- **L'engagement des consommateurs** est extrêmement important pour toute stratégie de marketing. Les jeux et événements hors ligne ont fait leurs preuves. Même l'utilisation de la Réalité Virtuelle et de la Réalité Augmentée pour impliquer les consommateurs peut les inciter à se tourner vers votre marque pour vivre l'expérience.
- Les consommateurs chinois ont tendance à être **plus impliqués sur les réseaux sociaux** que leurs homologues occidentaux. Ils sont bien plus enclins à partager du contenu avec leurs pairs afin d'obtenir une réduction.
- Profitez des **pré-commandes** ! Elles peuvent non seulement aider votre marque à prévoir le nombre de ventes, mais aussi à se préparer en conséquence dans la chaîne d'approvisionnement. En outre, elle peut pousser les clients à prendre une décision rapide grâce au système de caution payée à l'avance bien inférieur au prix final.
- Il est également important pour les marques d'améliorer le **service d'achat dans les magasins hors ligne**. Par exemple, Uniqlo propose un service de retrait en magasin pendant la période Double 11 qui les aide à réduire la pression des livraisons.

**Vous souhaitez vous développer en Chine et goûter à votre tour à la fièvre acheteuse du calendrier chinois de l'e-commerce ? Spécialiste du développement commercial et industriel en Chine depuis 1999, VVR International vous guidera dans vos démarches afin de sécuriser et pérenniser votre développement sur le marché chinois.**

**VVR International répondra à vos interrogations afin de vous aider au mieux dans votre projet. Contactez-nous !**

*sources : Chozan & Alarice, Daxue consulting, Statista, BBC, Business Insider*



**VVR**  
INTERNATIONAL

Partenaire de



[contact@vvrinternational.com](mailto:contact@vvrinternational.com)