

# Impact de PayPal sur les conversions, les dépenses et la satisfaction client

Étude du marché français – Mars 2021



nielsen

# Impact de PayPal sur les commerçants français

Pour démontrer son effet de levier sur le taux de conversion des sites marchands, PayPal a demandé à Nielsen de mesurer l'impact de sa solution de paiement sur :

**698** commerçants français + **11** secteurs d'activité

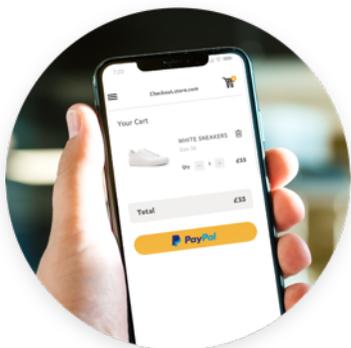
L'étude a analysé les attitudes et comportements d'achat de 33 519 cyberconsommateurs, en mesurant notamment le taux de conversion, le montant des dépenses et la satisfaction client exprimée par le Net Promoter Score (NPS).

© 2021 PayPal Inc. Informations confidentielles et propriétaires.

PayPal

# Les commerçants qui utilisent PayPal sont gagnants sur tous les plans

## Conversions



**56 %**

Hausse des conversions avec PayPal. Les visiteurs d'un site ont **2 fois** plus de chances d'effectuer un achat lorsque le logo PayPal est visible.\*<sup>1</sup>

## Dépenses



**8 %**

Hausse des achats répétés lorsque PayPal est disponible.<sup>2</sup>

## NPS



**+5 %** points

Hausse du NPS (Net Promoter Score) en cas de paiement avec PayPal.\*<sup>3</sup>

\*La conversion est déterminée à partir du moment où le client commence à payer

1. Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020.

2. Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France – Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par 7 705 consommateurs français, d'octobre 2019 à septembre 2020.

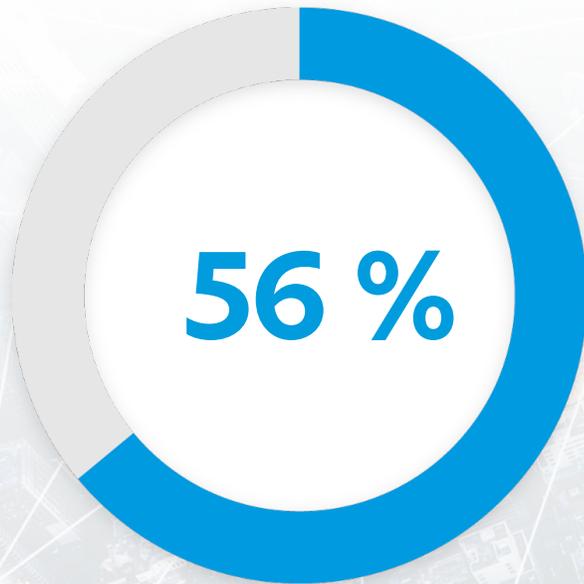
3. Étude attitudinale de Nielsen Media menée en France (janvier-février 2021) auprès de 3 998 acheteurs récents (2 dernières semaines), sur environ 200 transactions PayPal et 200 transactions hors PayPal par secteur.



# Conversions

Les utilisateurs de PayPal sont plus susceptibles d'acheter lorsque PayPal est disponible

# Le réseau de consommateurs de PayPal crée un impact positif en apportant confiance et crédibilité



PayPal booste les conversions de **56 %** lors de la phase de paiement\*



Les visiteurs d'un site e-commerce sont **2 x plus susceptibles d'acheter** lorsque le logo PayPal est visible.

**2 x**

\*La conversion est déterminée à partir du moment où le client commence à payer

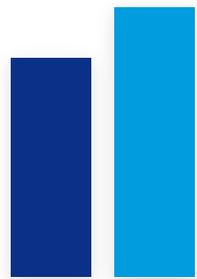
© 2021 PayPal Inc. Confidential and proprietary. \*Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020.



# Dépenses

PayPal donne aux consommateurs la confiance  
d'acheter plus vite et plus souvent

# PayPal met les acheteurs en confiance



8 %

Hausse de la probabilité d'achats répétés lorsque le logo PayPal est visible



# Net Promoter Score (NPS)

Les clients recommandent  
les commerçants qui utilisent PayPal

# L'affichage du logo PayPal fidélise les clients

**+5 %** points  
de hausse du NPS

**2/3** des organisations du Fortune 1000 utilisent  
le Net Promoter Score pour mesurer la fidélité de  
leurs clients.\*

# Avec PayPal, les commerçants se placent en position de force pour :

- Convertir les visiteurs sur la page de paiement
- Augmenter le panier de commande moyen
- Générer des achats répétés
- Proposer une expérience de paiement irréprochable aux cyberconsommateurs
- Indiquer leur attachement à la fiabilité et la réputation des paiements PayPal, avec à la clé des résultats tangibles et mesurables.



# Impact de PayPal Checkout en France, par secteur



# Alimentaire



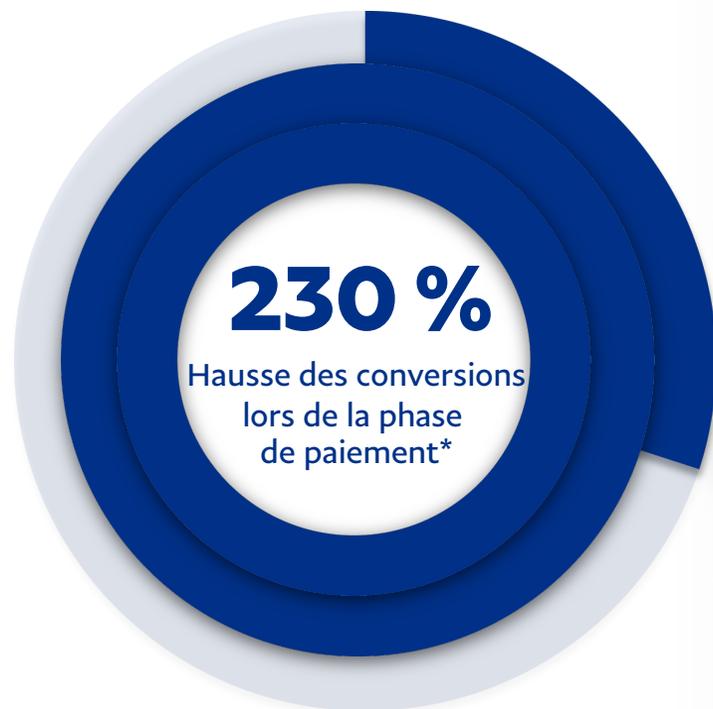
**Hausse de la probabilité de conversion** sur les supermarchés en ligne affichant le logo PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.



# Produits électroniques

Impact de PayPal par rapport à d'autres méthodes de paiement en ligne.



\*Conversion lors de la phase de paiement mesurée à partir du moment où le client commence à payer.

© 2021 PayPal Inc. Informations confidentielles et propriétaires | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020.



# Produits électroniques

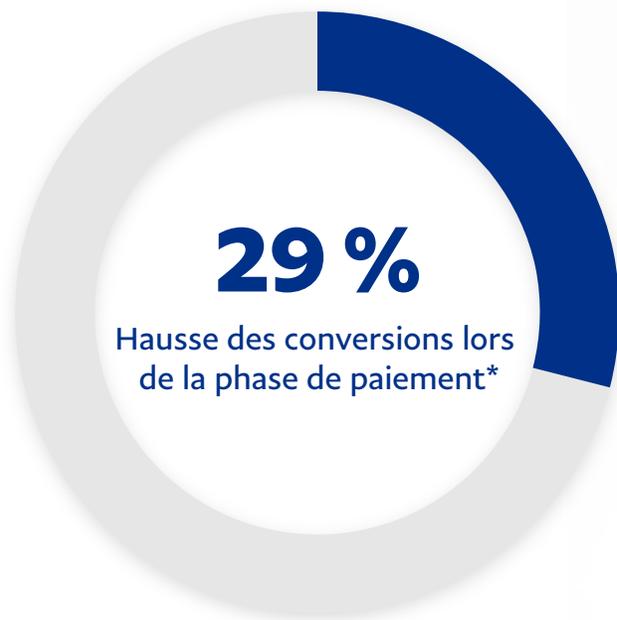


**Hausse de la probabilité de conversion**  
sur les sites e-commerce affichant le logo  
PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des  
consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

# Mode et prêt-à-porter

Impact de PayPal par rapport à d'autres méthodes de paiement en ligne.



\*Conversion lors de la phase de paiement mesurée à partir du moment où le client commence à payer.



# Mode et prêt-à-porter



**Hausse de la probabilité de conversion** sur les sites e-commerce affichant le logo PayPal.

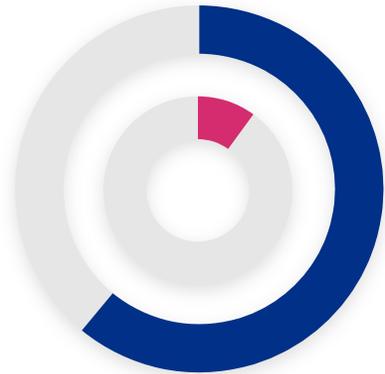
Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

# Multicatégorie

Impact de PayPal par rapport à d'autres méthodes de paiement en ligne.

**61 %** Hausse des conversions lors de la phase de paiement

**10 %** Hausse des achats répétés

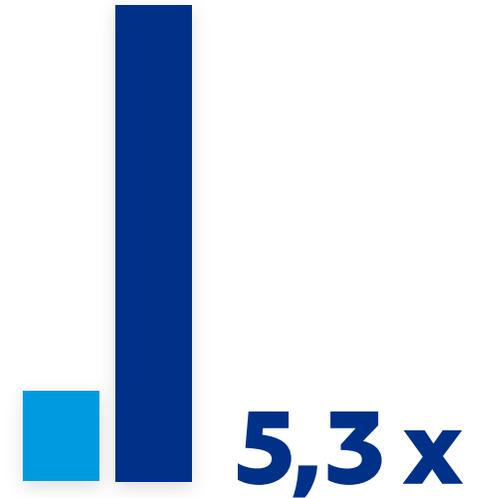


\*Conversion lors de la phase de paiement mesurée à partir du moment où le client commence à payer.

© 2021 PayPal Inc. Informations confidentielles et propriétaires | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020.



# Multicatégorie

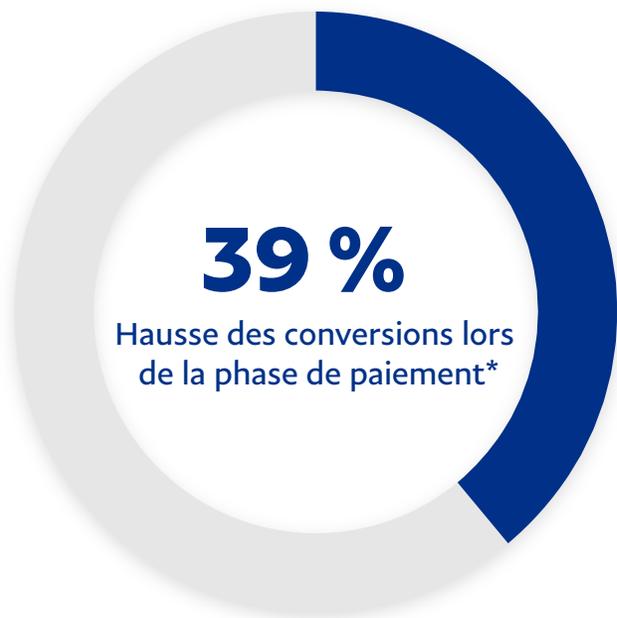


**Hausse de la probabilité de conversion**  
sur les sites e-commerce affichant le logo  
PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des  
consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

# Santé et beauté

Impact de PayPal par rapport à d'autres méthodes de paiement en ligne.



\*Conversion lors de la phase de paiement mesurée à partir du moment où le client commence à payer.

© 2021 PayPal Inc. Informations confidentielles et propriété | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020.



## Santé et beauté

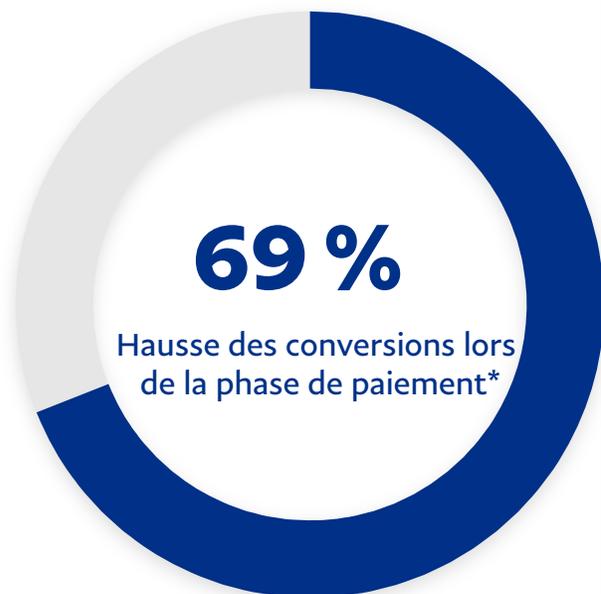


**Hausse de la probabilité de conversion**  
sur les sites e-commerce affichant le logo  
PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des  
consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

# Divertissements et loisirs

Impact de PayPal par rapport à d'autres méthodes de paiement en ligne.

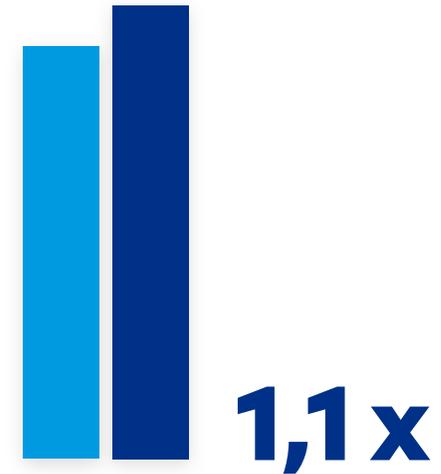


\*Conversion lors de la phase de paiement mesurée à partir du moment où le client commence à payer.

© 2021 PayPal Inc. Informations confidentielles et propriétaires | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR) – Étude portant sur 108 623 transactions d'achat réalisées sur ordinateur entre octobre 2019 et septembre 2020



# Divertissements et loisirs



**Hausse de la probabilité de conversion**  
sur les sites e-commerce affichant le logo  
PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des  
consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

# Jeux vidéo



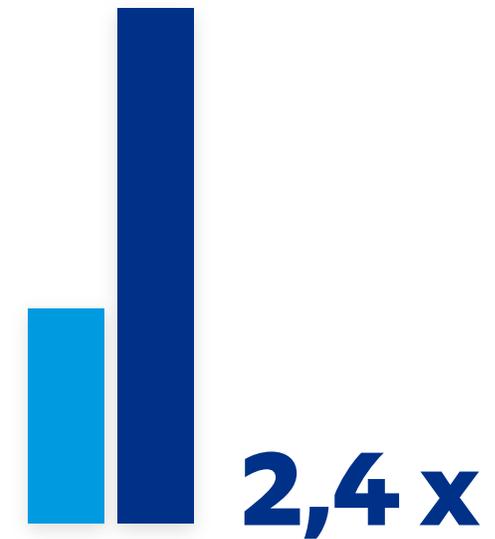
**Hausse de la probabilité de conversion** sur les sites e-commerce affichant le logo PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.





## Automobile



**Hausse de la probabilité de conversion**  
sur les sites e-commerce affichant le logo  
PayPal.

Nielsen Media | Avec le concours de Médiamétrie Behavioural Panel of France (FR)  
– Étude portant sur des transactions réalisées sur ordinateur par des  
consommateurs utilisant PayPal, d'octobre 2019 à septembre 2020.

