

L'utilisation de Facebook par les sites d'e-commerce se généralise : cette année, la quasi-totalité d'entre eux seront présents sur ce réseau social par le biais d'une page dédiée.

En comparaison, les autres leviers sociaux, sont moins sollicités.

Les trois quarts des cybermarchands devraient cependant être présents sur Twitter dès cette année.

Un peu plus d'un sur deux disposera de son blog (2 % ont reconnu avoir abandonné le leur) et 12 % auront construit un espace communautaire sur leur site.

Plus d'info sur le

JDN: <https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/e-commerce-france-2011/outils-sociaux.shtml>