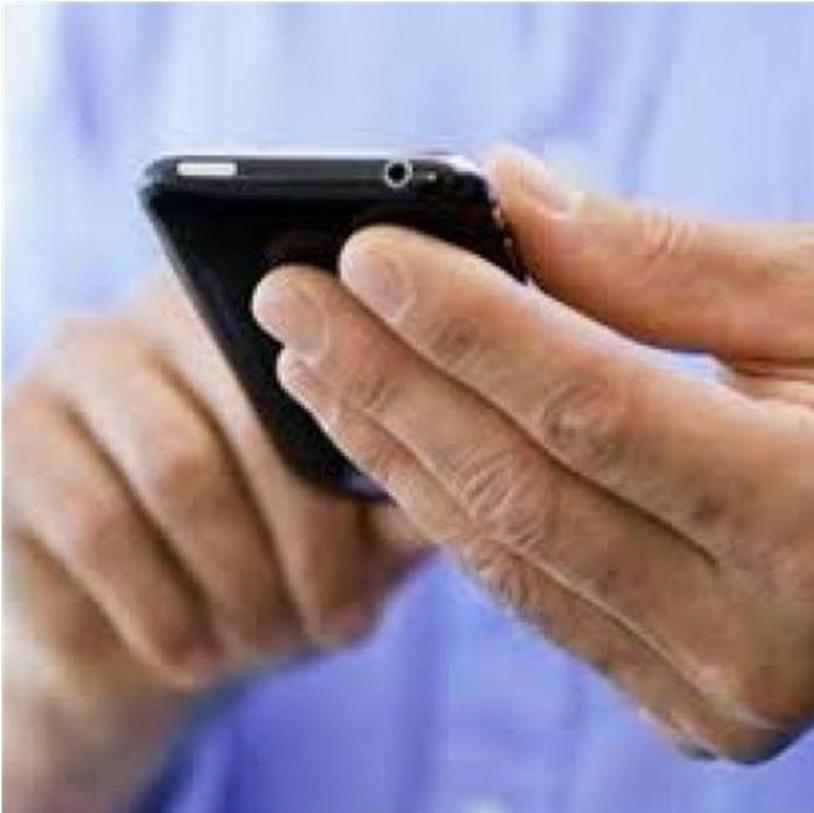


Reply: lo shopping mobile non eclissa la spesa in negozio

L'INDAGINE

Osservatorio Portaltech Reply: e-commerce e m-commerce in aumento del 36% in un anno in Uk, ma il 77% dei possessori di smartphone usa cataloghi e fa acquisti allo store tradizionale una volta alla settimana di P.A.



I canali di vendita tradizionali, come cataloghi e negozi, continuano ad avere un ruolo centrale nelle abitudini di acquisto dei possessori di smartphone. Sta invece scomparendo l'acquisto tramite call center. Questo in sintesi il messaggio dell'**Osservatorio Portaltech Reply sull'e-commerce**, che in collaborazione con la società di ricerca **eDigitalResearch** ha condotto un'indagine sui comportamenti di acquisto dei consumatori britannici che possiedono uno smartphone e che normalmente lo usano per fare acquisti.

Dai dati emerge che il 77% dei possessori di smartphone intervistati hanno fatto ricerche o sfogliato cataloghi negli ultimi sei mesi; nel contempo, si registra un calo di coloro che posseggono uno smartphone e si recano in un negozio per fare un acquisto settimanalmente (52%, rispetto al 57% di un anno fa e il 69% del 2010).

L'acquisto online, tramite sito web o dispositivi mobile, viene concluso dall'84% dei possessori di smartphone intervistati, che dichiara di farlo su base regolare, settimanale o mensile; rispetto alle prime rilevazioni, un anno fa, il numero è aumentato del 36%.

Il 77% dei possessori di smartphone utilizza il proprio device per effettuare ricerche, il 64% completa l'acquisto e un consumatore su cinque lo fa su base settimanale.

“I risultati di questa ricerca offrono importanti spunti di riflessione per coloro che operano nel mondo retail e devono decidere la più corretta e efficace strategia commerciale per offrire l'esperienza migliore ai propri clienti - ha commentato **Filippo Rizzante**, Executive Partner e Cto di **Reply** - Lo sviluppo di applicazioni mobile e la diffusione di siti web ottimizzati per la fruizione attraverso dispositivi mobili, unita alla maggiore

predisposizione dei consumatori a provare canali alternativi di acquisto, sono uno stimolo per società come la nostra, impegnate nella diffusione delle tecnologie di ecommerce multicanale; importanti sviluppi ci saranno nei prossimi mesi con l'applicazione delle ultime tecnologie come Qr codes e Nfc”.

Tutte le categorie di prodotti registrano il segno più se si considerano gli acquisti fatti tramite dispositivi mobili; i prodotti più acquistati online sono libri, cd, Dvd, viaggi, biglietti e abbigliamento. In particolare, il 62% dei possessori di smartphone ha acquistato in rete, negli ultimi sei mesi, capi di abbigliamento (+6% rispetto al 2012). Il 77% dei possessori di smartphone ha acquistato viaggi o biglietti on line; il 10% utilizzando il sito mobile, il 7% tramite applicazioni mobile.

Un forte incremento di vendite tramite smartphone si registra per i gioielli (9% online e 4% tramite mobile app). L'acquisto di oggetti per la casa e arredamento raggiunge invece il 6% dei possessori di smartphone (+2%).

Derek Eccleston, responsabile della Ricerca di eDigitalResearch, commenta: "La ricerca evidenzia la necessità per i retailer di integrare tutti i punti di contatto dei clienti, vecchi e nuovi, per fornire una esperienza unica e sempre più multicanale. Per i rivenditori che operano in canali più tradizionali, o per quelli che devono introdurre nuovi punti di contatto, è essenziale creare una strategia multicanale dinamica per coinvolgere tutti i canali interessati nel processo di navigazione in rete e acquisto”.