



Osservatorio Portaltech Reply: bene gli acquisti in rete tramite device mobile, ma si fanno a casa

Per i retailer nuove opportunità per fidelizzare i clienti e regalare loro nuove esperienze di acquisto

L'Osservatorio Portaltech Reply sull'e-commerce – indagine condotta da Portaltech Reply, società del gruppo Reply specializzata in servizi di consulenza nelle strategie e nelle soluzioni di e-commerce – quest'anno, per la prima volta, ha incluso nel proprio campione anche i possessori di tablet, che sembrano essere molto propensi a navigare e a fare acquisti in rete: il 90% di questi ricerca informazioni e ben il 79% conclude un acquisto. A conferma che il device mobile è sempre più centrale nella vita di ogni consumatore „circa i due terzi del campione intervistato fa acquisti direttamente dal proprio device, alcuni su base settimanale, altri su base mensile. I possessori di smartphone fanno acquisti o cercano informazioni su qualche prodotto anche mentre fanno shopping fuori casa (il 68%, +36% negli ultimi 12 mesi).

Tuttavia è tra le mura domestiche che vengono effettuati il maggior numero di acquisti via smartphone o tablet (78%). Tra chi si collega a internet mentre è a fare shopping, il 20 lo fa anche per concludere un acquisto in un negozio. Anche quest'anno si conferma la tendenza da parte del consumatore a preferire l'acquisto in rete tramite sito mobile (48%) piuttosto che tramite applicazione ad hoc (41%). Va sottolineato però che, tra coloro che utilizzano una applicazione, la frequenza di acquisto è maggiore grazie al fatto che questa spesso assicura un accesso più immediato al prodotto desiderato.

Lo studio ha preso in esame anche le possibili modalità che i rivenditori hanno di interagire di più con i clienti. Il 29% di coloro che fanno acquisti dal proprio device, tramite sito mobile o applicazione, su base settimanale o mensile, sarebbe 'molto interessato' a ricevere sul proprio device informazioni sulle offerte disponibili, magari appena varcato l'ingresso del negozio (26% dei possessori di smartphone). Se si guarda poi a coloro che acquistano in rete da dispositivo mobile regolarmente – settimanalmente o mensilmente – l'interesse a ricevere offerte personalizzate dai brand che preferiscono sale al 50%.

Aggiunge Filippo Rizzante, CTO di Reply: *“Wi-fi gratuito, QR code che rimandano a ulteriori informazioni sui prodotti sono solo alcune delle iniziative che i retailer possono mettere in campo per coinvolgere maggiormente i propri clienti e migliorare la loro esperienza di acquisto, fidelizzandoli”*.