

REPORT UPS SMART E-COMMERCE: COSA CI SPINGE AD ACQUISTARE ONLINE?

[UPS](#), società americana di spedizioni internazionali, ha intervistato oltre 10 mila consumatori mostrandoci le loro abitudini di acquisto pre e post pandemia.

Per aiutare ulteriormente i rivenditori ad affrontare questo ambiente in costante evoluzione, nel gennaio del 2021 UPS ha commissionato un sondaggio su oltre 10.000 consumatori in otto mercati europei chiave: Regno Unito, Francia, Germania, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Belgio e Polonia.

Il Report UPS Smart E-commerce ci ha offerto una visione esclusiva delle sfide che i commercianti online devono affrontare e delle potenziali opportunità offerte dalla trasformazione delle abitudini dei consumatori.

Vi mostreremo alcuni spunti interessanti:



Quali sono le ragioni per cui acquistiamo da rivenditori piccoli e indipendenti?

50%

Per aiutare le imprese piccole e locali

40%

L'assistenza clienti è migliore e più personale quando si tratta di rivenditori più piccoli o locali

37%

L'esperienza è più personale quando si acquista da rivenditori piccoli

25%

I rivenditori piccoli, indipendenti vendono prodotti più speciali e innovativi

18%

Acquistare da rivenditori piccoli indipendenti o locali è più comodo

9%

Per programmi di fidelizzazione/premi

7%

I prodotti di rivenditori indipendenti hanno prezzi più bassi

Ci sono diversi fattori che influiscono sugli acquisti online:

Atteggiamento rispetto ai social media

Le comunicazioni dei brand sui social media sono apprezzate dai consumatori e mostrano un collegamento con la preferenza di acquisto, per cui il 52% dei consumatori europei intervistati **ha affermato di propendere maggiormente verso l'acquisto da un brand di cui ritenga affidabile l'attività sui social.**

Atteggiamento generazionale

Il report evidenzia anche come gli atteggiamenti nei confronti dello shopping siano diversi in base alla generazione di appartenenza. Il risultato chiave, che probabilmente non sorprenderà, è **che le persone tra 25 e 34 anni**, spesso considerate la prima generazione di 'nativi digitali' hanno maggiori probabilità di **continuare ad acquistare 'tutto o quasi tutto' online anche dopo l'allentamento delle restrizioni** (23%) rispetto a chi ha più di 55 anni (10%).

Ecologia e sostenibilità

Gli intervistati più giovani richiedono una gamma di opzioni di consegna sostenibili o alternative: si tratta di un elemento importante per il 55% degli intervistati tra i 18 e i 24 anni e per il 43% di quelli sopra i 55 anni di età.

L'uso di imballaggi sostenibili è la misura più richiesta dai consumatori per entrambe le categorie: il 54% lo richiede ai grandi rivenditori e il 50% a quelli piccoli.

Fattori esteri che stanno influenzando l'e-commerce

La visione comune dei consumatori intervistati è che la Brexit influirà sul settore dell'e-commerce, e tutti si dovranno adattare al nuovo rapporto tra Regno Unito e UE. Con le ulteriori turbolenze dovute alla pandemia di coronavirus e all'instabilità economica con ripercussioni sulla precarietà del lavoro, il sentimento dei consumatori rivelato dal nostro sondaggio indica che probabilmente il 2021 sarà un anno più difficile per i rivenditori non dotati di un e-commerce.

Conclusioni

I dati del sondaggio indicano che le abitudini relative agli acquisti online rimarranno in linea con le tendenze pre-lockdown e che mostrano alcuni segnali di crescita.

Vi sono ampie possibilità per i rivenditori online di ogni dimensione di acquisire nuovi clienti.

A questo scopo, secondo la nostra esperienza e secondo i risultati di questo report suggeriamo ai rivenditori di **concentrandosi sulla personalizzazione dell'esperienza e sulla proposta di soluzioni semplici e comode**, in particolare quando si parla di resi. Dato che la sostenibilità rimarrà un fattore chiave per i consumatori negli anni a venire, una maggiore attenzione all'iniziativa zero rifiuti e all'introduzione di imballaggi riciclabili sarà molto utile per convertire e fidelizzare nuovi clienti. Questo vale indipendentemente dalle dimensioni o dalla portata della tua impresa, poiché le aspettative su questi temi sono universalmente elevate, ancora di più nel caso dei brand consolidati, e si prevede che crescano ancora.

Inoltre, **la scelta dei clienti rimane influenzata da molteplici fattori esterni, dalla risposta del brand alla pandemia, fino al tono e alla frequenza dei post sui social media**. La fedeltà a un brand è rara ed è facile da perdere, dato che una sola esperienza negativa può far rinunciare a futuri acquisti. I consumatori ritengono essenziale la scelta del partner di consegna da parte del rivenditore, per chi desidera migliorare l'esperienza dei propri clienti questo aspetto è più che mai di vitale importanza.

Noi di Weblink possiamo aiutarti a sviluppare e a far crescere la tua azienda nel mondo della vendita online.

Pensi di aver bisogno di una mano o di una consulenza?

Contattaci compilando il form qui sotto.

Nome *

E-Mail *

Numero di telefono *

Dichiaro di aver letto, compreso e accettato l'informativa [privacy](#). *

Inviare

Questo modulo di contatto è disattivato perché l'utente ha rifiutato di accettare il servizio Google reCaptcha, necessario per convalidare i messaggi inviati dal modulo.