

# 10 tendenze e-commerce 2020

## #2 L'ascesa dei DNVB

Nati su Internet, i Digital Native Vertical Brands stanno sconvolgendo le regole delle vendite online. Si basano su un modello "direct-to-consumer", che include la progettazione, la produzione e la distribuzione del prodotto. La maggior parte inizia offrendo un prodotto unico, per garantire un alto livello di qualità. Il loro punto forte? Eccellere nella capacità di soddisfare i clienti.

3: Dimension Data, 2017

84%

dei siti che migliorano la customer experience nota un netto aumento del fatturato annuale<sup>3</sup>

## #4 Il noleggio, una nuova forma di sharing economy

Questa tendenza è già ben radicata nel settore della musica, del cinema e dell'automobile, ma sono sempre di più gli italiani che scelgono di noleggiare elettrodomestici, mobili o capi d'abbigliamento. Il brand DressYouCan, ad esempio, è riuscito a trovare la propria clientela tra coloro che desiderano cambiare regolarmente il guardaroba, senza spendere troppo e riducendo al minimo il proprio impatto sull'ambiente.

5: Yougov, 2019

41%

degli italiani usufruiscono della moda a noleggio<sup>5</sup>

## #6 Il formato video, più influente che mai

Con oltre 20.000 siti e-commerce attivi in Italia, non è facile distinguersi online. E se il video fosse la soluzione giusta? È un formato particolarmente apprezzato dagli algoritmi: la possibilità per un sito contenente dei video di essere sulla prima pagina dei risultati di ricerca Google è 53 volte superiore<sup>8</sup>. Sui Social Network i video generano il 1.200% di condivisioni in più rispetto agli altri contenuti come immagini ed articoli<sup>9</sup>.

8: Video Explainers - 9: Simply Measured, 2012

x53

la possibilità per un sito contenente dei video di essere sulla prima pagina dei risultati di ricerca Google

## #8 I genitori, i migliori acquirenti online

In Italia, la ricerca di prodotti per bambini e neonati sul web è aumentata dell'88% in un anno<sup>11</sup>. Questo crescente interesse è dovuto al fatto che i genitori passano in media 7 ore alla settimana per effettuare i propri acquisti online, mentre le persone senza figli solo 4<sup>12</sup>. Un target che gli e-merchant non dovrebbero sottovalutare nel 2020, soprattutto perché è in costante crescita!

11: Idealo, 2019 - 12: Big Commerce, 2018

+88%

la ricerca di prodotti per bambini e neonati sul web

## #10 Shopping ecosostenibile

Il 70% dei consumatori italiani si dichiara disposto a spendere di più per acquistare un prodotto ecosostenibile. La consapevolezza delle problematiche ambientali è particolarmente forte tra i giovani, in età compresa tra 18 e 24 anni (78%), e diminuisce con l'aumentare dell'età<sup>14</sup>. Un'aspettativa importante che gli e-merchant dovranno essere in grado di soddisfare nel 2020.

14: Idealo, 2019

70%

dei consumatori italiani si dichiara disposto a spendere di più per acquistare un prodotto ecosostenibile

## #1 Commercio conversazionale

Le applicazioni di messaggistica, come WhatsApp o Messenger, stanno diventando sempre più popolari in Italia: quasi 50 milioni di italiani le utilizzano regolarmente<sup>1</sup>. Inoltre, l'89% dei consumatori preferisce comunicare con le imprese tramite queste App<sup>2</sup>. Le PMI, a cui si rivolgono tool come "WhatsApp Business", dovrebbero trarre profitto da questo settore!

1: Vincos, 2017 - 2: Twilio, 2018

89%

dei consumatori preferisce comunicare con i brand tramite applicazioni di messaggistica

## #3 Pagamento biometrico, strumento contro le frodi

Grazie all'impulso dato dalla direttiva europea sui servizi di pagamento 2 (PSD2), l'autenticazione biometrica potrebbe diventare lo standard entro il 2022. Un cambiamento atteso dai consumatori europei: 2/3 degli utenti auspicano l'uso della biometria per rendere più sicuri i pagamenti<sup>4</sup>.

4: Studio Visa, 2016

2/3

dei consumatori in Europa auspica l'uso della biometria per rendere più sicuri i pagamenti

## #5 L'e-commerce B2b, un settore in crescita per le PMI

Dal 2012, il valore dell'e-commerce B2b in Italia è aumentato dell'80%, e non a caso in Europa, i clienti "business" spendono attualmente il 49% del proprio budget online<sup>6</sup>. Nonostante ciò, sono poche le aziende italiane che entrano a far parte di questa nicchia. Un'opportunità assolutamente da non perdere per le PMI che vendono prodotti o servizi ai professionisti!

6: Osservatorio Digital B2b, 2018 - 7: UPS & Kantar TNS, 2017

+80%

crescita dell'e-commerce B2b in Italia dal 2012

## #7 Lo shopping via abbonamento, un potente strumento di fidelizzazione

Una pratica in forte crescita nel mercato e-commerce, che offre articoli di consumo quotidiano (alimenti, igiene, manutenzione, ecc.) o prodotti cosiddetti "coinvolgenti" (cosmetici, prêt-à-porter, ecc.) che riflettono l'identità del brand. Con una crescita pari al 100% anno dopo anno<sup>10</sup>, lo shopping via abbonamento rappresenta una soluzione innovativa per fidelizzare i clienti!

10: La Repubblica, 2019

+100%

crescita dello shopping via abbonamento anno dopo anno

## #9 Dal responsive al adaptive design

Attualmente, un italiano su due usa il proprio smartphone per lo shopping online<sup>13</sup>. Per offrire un'esperienza d'acquisto di qualità agli utenti mobili, gli e-merchant potranno usufruire del adaptive design, che consiste nel creare diversi layout su misura per ogni tipo di schermo. Questa soluzione consente di ridurre i tempi di caricamento delle pagine e di adattare i contenuti al dispositivo utilizzato.

13: Idealo, 2019

52%

degli italiani usano il proprio smartphone per lo shopping online

Infografica realizzata da **PayPlug**

PayPlug è la soluzione più semplice per accettare pagamenti online con carta di credito.

[www.payplug.com](http://www.payplug.com)