

L' e-commerce funziona e il cliente l'ha capito

di Emanuela Del Forno

Vota  Risultato 



Gli ultimi dati sui comportamenti d'acquisto degli italiani confermano una consapevolezza sempre maggiore nell'utilizzo di Internet. L'**e-commerce** funziona.

Aumenta il numero di utenti che cerca informazioni on line prima di comprare e allo stesso tempo sono sempre di più gli italiani che si informano in negozio e poi acquistano on line.

Comportamenti diversi che testimoniano però un unico trend: i consumatori sono più esigenti, più attenti, più attivi. Lo confermano i dati di diverse ricerche presentate nei primi mesi del 2009.

Strumenti utili

 Carattere  Stampa

 Salva l'articolo  Rss

 Invia a un amico

 Condividi su Facebook

 Segnala su OKNOTizie

L'Osservatorio Multicanalità, iniziativa lanciata da Nielsen, Nielsen Online, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano, ha rilevato **22 milioni di utenti unici** a dicembre 2008 con un tempo medio di connessione pro capite mensile di 26 ore e 11 minuti, con un **aumento del 32% del tempo di navigazione** rispetto all'anno precedente. E la maggioranza degli utenti (63%) appartiene alla fascia adulta (25-54 anni), quindi al target con maggiore autonomia decisionale nei processi di acquisto.

L'Indagine multiscope ISTAT su cittadini e nuove tecnologie, lo scorso febbraio, ha presentato cifre molto simili, evidenziando come quasi **5 milioni di persone** hanno ordinato/comprato on line nel 2008.

Diventa quindi fondamentale per le aziende cogliere e sfruttare le opportunità offerte dal web: dotarsi di un **negozio on line** significa moltiplicare i propri punti vendita offrendo così ai propri clienti la possibilità di acquistare a qualsiasi orario, da qualsiasi luogo. Non è un dato da sottovalutare, tra l'altro, il fatto che gli italiani che fanno acquisti online preferiscono rivolgersi a venditori nazionali (76,9%), mentre il 28,6% si è rivolto a venditori di un altro paese europeo e il 17,9% a venditori dal resto del mondo.

E se il passo verso soluzioni e-commerce da parte delle aziende, specialmente quelle più piccole, a fronte di questo scenario, trova nella realtà ancora qualche resistenza, è sempre più frequente invece la scelta di sbarcare sul web con il proprio **catalogo prodotti**.

Una scelta che premia, perché grazie ad un uso attento degli strumenti SEO, ottimizzando il posizionamento sui motori di ricerca, è possibile farsi trovare dal cliente che sta cercando, con propensione all'acquisto, uno specifico prodotto.

Il consumatore è già cambiato. Il sistema dell'offerta deve essere pronto a seguirlo.

Emanuela Del Forno | Resp. Marketing [Onecube Srl](#)

Commenti

Condividi la tua opinione con gli altri lettori de ilGiornale.it
[Leggi tutti i commenti](#)

[Log in](#) / [Registrati](#) alla community e lascia il tuo commento

 aiuto