

Il Mobile al centro delle strategie d'impresa

Il mobile commerce come focus del terzo appuntamento NetcommConnect organizzato da Netcomm powered by Showroomprive.com

Milano, 27 novembre 2014 – Il mobile-commerce è stato l'argomento cardine del terzo appuntamento di **NetcommConnect, il ciclo d'incontri focalizzati su alcuni dei temi più rilevanti dell'eCommerce organizzato dal Consorzio Netcomm con il supporto di Showroomprive.com.**

Il successo degli acquisti da piattaforme mobili in Italia è confermato dagli ultimi dati dell'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano e Netcomm secondo il quale le vendite via smartphone registrano un incremento del 100% nel 2014, superando gli 1,2 miliardi di euro, pari al 9% dell'eCommerce complessivo. Se si aggiungono quelle via tablet, l'incidenza delle vendite da dispositivi mobili raggiunge il 20% del totale eCommerce. Tra i fattori che determinano la crescente diffusione del mobile commerce gioca sicuramente un ruolo chiave l'alto livello di penetrazione degli smartphone nel nostro Paese.

*“Gli acquirenti online in Italia nell'ultimo anno hanno superato i 16 milioni, di cui 10 milioni sono consumatori abituali, cioè quelli che effettuano almeno un acquisto al mese, mentre 6 milioni sono acquirenti sporadici. - afferma **Roberto Liscia, presidente di Netcomm** Durante gli ultimi 3 mesi il 18% di questi 16 milioni di acquirenti online, ha fatto almeno un'esperienza d'acquisto utilizzando un'App su Smartphone e l'11% almeno un acquisto utilizzando un'App su Tablet (il 6% su entrambi i dispositivi). La quota di acquirenti da App sul totale degli acquirenti online è passata dal 20 al 23 per cento nel giro di tre mesi. Si tratta di un segmento di consumatori molto interessanti, in quanto acquistano con importi medi più elevati (la spesa media annua degli acquirenti online italiani che è di 1.000 euro, per uno scontrino medio compreso tra 80 e 100 euro) e con frequenza maggiore della media. Lo smartphone si presenta, quindi, come una cerniera di connessione tra i due mondi ed è a tutti gli effetti il vero nuovo luogo di acquisto, indipendentemente dalla compresenza o meno di acquirente e merchant.”*

Durante l'evento si è discusso dell'impatto del mobile nel commercio elettronico stimolando il dialogo e il confronto tra i partecipanti rispetto alle proprie esperienze dirette. In questa occasione, a guidare la discussione riguardo all'impatto del mobile sulle vendite online sono stati Maurizio Ganzerli, Country Manager Italy at Vouchercloud, Vodafone Italy e Daniele Albanese Amministratore Delegato, JustBit.

Virginia Hernandez, International PR Manager and Business Development di Showroomprive.com. *Lo sviluppo del mobile è per noi molto importante. Per quanto riguarda il target femminile, a cui principalmente si rivolge la nostra offerta, una nostra recente indagine a messo in luce le caratteristiche della Digital Woman: una donna che deve ottimizzare il tempo al massimo e cerca convenienza, velocità, sicurezza ed efficienza quando acquista un bene o un servizio. Gli acquisti online e il mobile commerce soddisfano proprio queste necessità. Dalla nostra indagine emerge che il 33,1% delle donne è sempre connessa a Internet via smartphone e lo consulta ogni volta che riceve una notifica mentre il 23,50% delle donne italiane usa telefoni cellulari o tablet per fare acquisti e poter comprare ciò di cui ha bisogno da qualsiasi luogo, risparmiando tempo."*

Dalla stessa indagine emerge inoltre che le italiane utilizzano i propri dispositivi mobili in contemporanea ad altre attività: il 39,50% delle intervistate afferma di usare lo smartphone o il tablet mentre guarda la televisione, il 32% li usa mentre si trova su un mezzo di trasporto (metro, bus, auto), l'8,5% mentre fa shopping in un negozio fisico, l'8,2% mentre aspetta i figli all'uscita da scuola, il 7,2% al lavoro e il 4,5% in ascensore.

Maurizio Ganzerli, Country Manager Italy at Vouchercloud, Vodafone Italy commenta *"La soluzione My Shopping è una funzionalità, semplice e facile da usare, che propone una selezione di contenuti e offerte dedicate agli utenti Vodafone YOU e fruibili in mobilità. L'APP è gratuita ed attiva su tutto il territorio nazionale e propone una selezione di oltre 500 offerte e sconti. Inoltre, My Shopping ha selezionato sconti esclusivi su 20 città con una selezione speciale di ristoranti ed eventi esperienziali. Le offerte in vetrina, possono essere utilizzate online o anche direttamente in negozio, presentando il telefono all' esercente. Si tratta di una vetrina di offerte molto ampia e semplice da usare. L'80% di chi ha effettuato il download della App (60mila) usa in media 2/3 coupon a settimana."*

"In Italia la fruizione di Internet da mobile nel giorno medio supera quella da pc: 14,5 milioni contro 12,5 milioni di utenti, secondo dati Audiweb - commenta Daniele Albanese Amministratore Delegato, JustBit. Tra i fattori che motivano all'acquisto online assume grande rilevanza la presenza di offerte e sconti, questo vale infatti per il 48% delle persone, il 35% è mosso invece da recensioni e feedback mentre un altro 31% dalla presenza di una carta fedeltà (dati Global Web Index Q1 2014). Il mobile è diventato ormai una marcia in più nel business, noi forniamo un supporto completo ai clienti nella creazione e realizzazione di applicazioni mobile. Il nostro reparto R&D ha sviluppato una tecnologia di proximity marketing per punti vendita, inoltre la nostra app MR. Spaghetti è stata top-App nella sezione lifestyle di Google ed è un esempio di App ludica che è in grado di generare business".

Ufficio stampa NETCOMM:

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi - Simona Miele

marisandra@mirandola.net simona.miele@mirandola.net

Tel.: 0524/574708 - 348/2509895

Skype: marisandralizzi – simomiele

Netcomm – Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano è stato costituito l'8 settembre 2005, ma le sue origini risalgono agli albori del commercio elettronico in Italia. Gli obiettivi sono: promuovere le iniziative che possono contribuire alla conoscenza e alla diffusione delle tematiche, dei servizi e delle tecnologie connesse al commercio elettronico; stimolare la collaborazione delle imprese e degli imprenditori del settore, rappresentandoli nei rapporti con le istituzioni a livello nazionale, comunitario e internazionale; definire standard di qualità dei servizi offerti dagli operatori e-commerce; operare presso i media per una corretta comunicazione; operare a favore del settore in termini di aspetti legali e fiscali, diritto di autore, sicurezza e tutto quanto faciliti lo sviluppo di un mercato digitale. Maggiori informazioni www.consorzionetcomm.it.