

Total Retail 2017

La partita tra negozio e online in 10 mosse

Key highlights

01



Mobile

43%

Crescita della frequenza d'acquisto almeno una volta alla settimana tramite **smartphone**

58% tramite **tablet**

02



Talento in negozio

73%

Italiani che ricercano in negozio un addetto alla vendita con **profonda conoscenza** dei prodotti

03



Big Data

79%

Retailer non soddisfatti della strategia **single view** del consumatore

04



Amazon

91%

Italiani che effettuano **acquisti** su Amazon

49%

Italiani per cui il **prezzo** è il fattore che più influenza un acquisto online

25%

Millennial che acquistano solo su Amazon

05

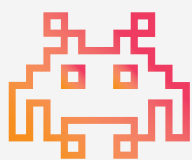


Social Media

42%

Millennial italiani per cui i social network sono in assoluto il **media più usato** per ispirarsi a un acquisto

06



Cyber Security

59%

Consumatori italiani che tendono a proteggersi usando **siti di pagamento di fiducia**

58%

Consumatori italiani che utilizzano **siti web credibili/autorevoli**

58%

Consumatori propensi alla **fedeltà** nei confronti del **brand**

70%

Millennial disposti a pagare un prezzo maggiore per **prodotti sostenibili**

07



Fedeltà del consumatore

08



Negozio fisico

46%

Consumatori che preferiscono il canale fisico al canale online per acquistare **prodotti alimentari**. Per tutte le altre categorie di prodotto la sfida è vinta dal canale online

09



Beni di lusso e autenticità

1° posto

Italia leader in Europa per sensibilità al prezzo nell'acquisto online di beni di lusso

10



Salute e benessere

1° posto

Italia leader in Europa per diffusione e propensione all'acquisto di dispositivi indossabili