

criteo.

# Global Commerce Review



Italia, Q4 2017



# Risultati principali.

I consumatori di oggi sono attivi su tutti i canali di ricerca online, non restano in ambienti isolati e sempre più spesso acquistano mentre sono in movimento.



**L'ottimizzazione della tua app oggi ti consente di connetterti con un numero sempre maggiore di clienti mobile-first.**



Sulle app viene realizzato il **54% delle transazioni con dispositivo mobile** che riguardano retailer che investono sia in web mobile sia in shopping app.

**La combinazione di dati cross-device ti consente di conoscere l'intera evoluzione del percorso di acquisto del cliente.**



**Il 25% di tutte le transazioni su desktop** è preceduto da un clic su un dispositivo mobile.

**La combinazione dei dati sulle intenzioni di acquisto ti fa guadagnare di più da ogni cliente.**

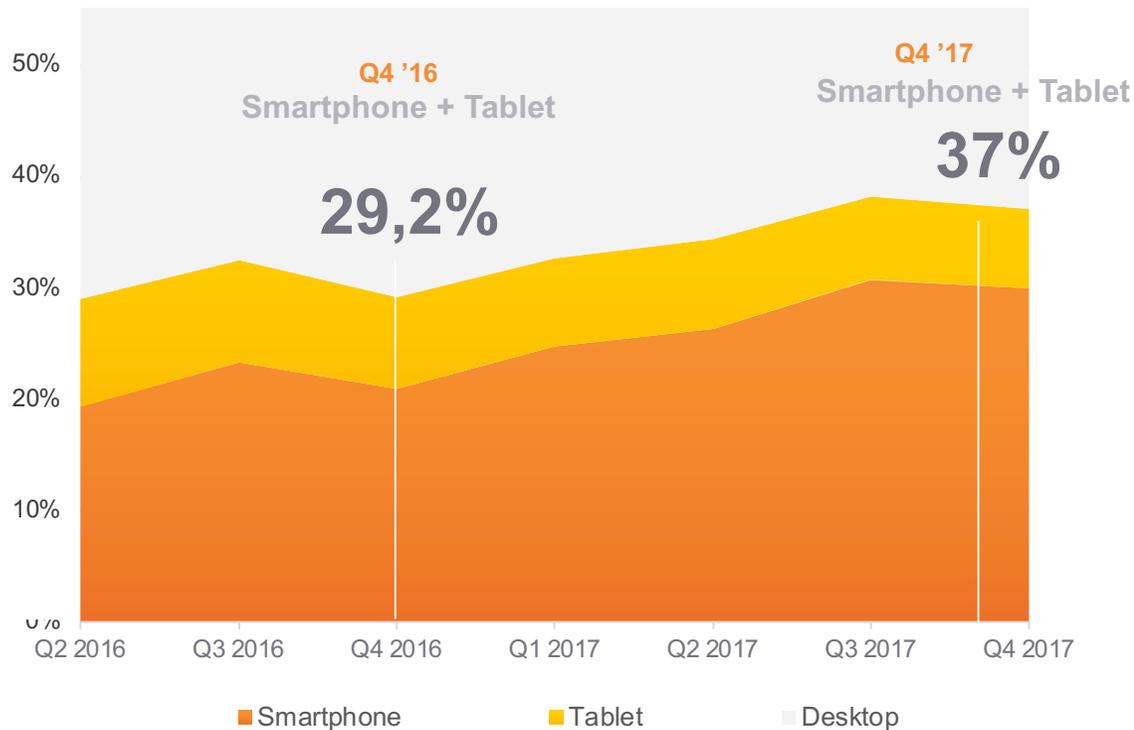


Gli acquirenti identificati su un altro dispositivo spendono una **media del 26% in più** per ordine.

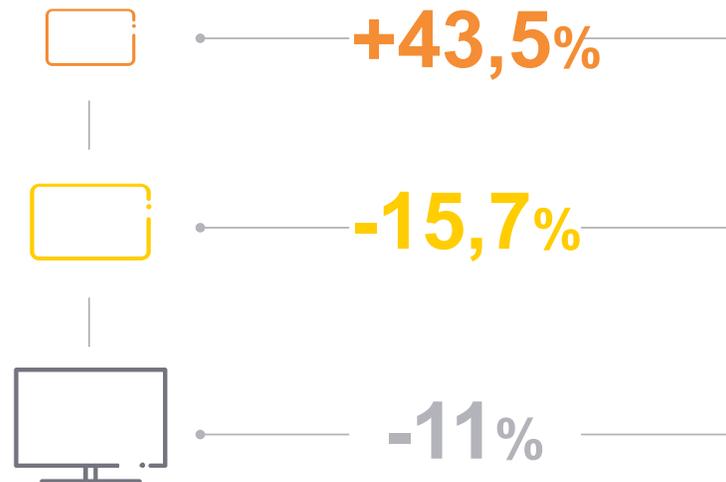
# Mentre l'utilizzo del web mobile raggiunge la maturità, quello dello smartphone continua a crescere.



Vendite per dispositivo, Q4 2016 e Q4 2017, app escluse



## Q4 Base annua



# Salute/Bellezza e Moda/Lusso sono le due sottocategorie con la quota più elevata di vendite su mobile.



Retailer italiani, Q4 2016 e Q4 2017, app escluse



54%

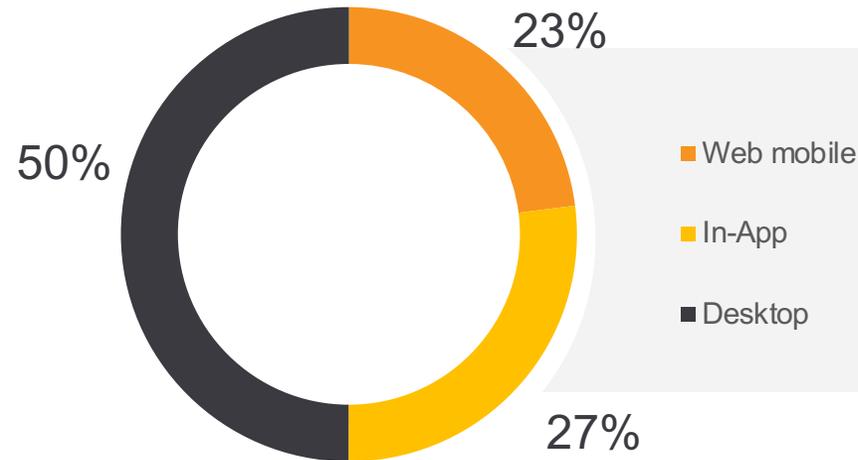
Sulle app avviene il 54%  
delle vendite da mobile.

OPPORTUNITÀ APP

# Il mobile domina tra i retailer attraverso app per l'acquisto.

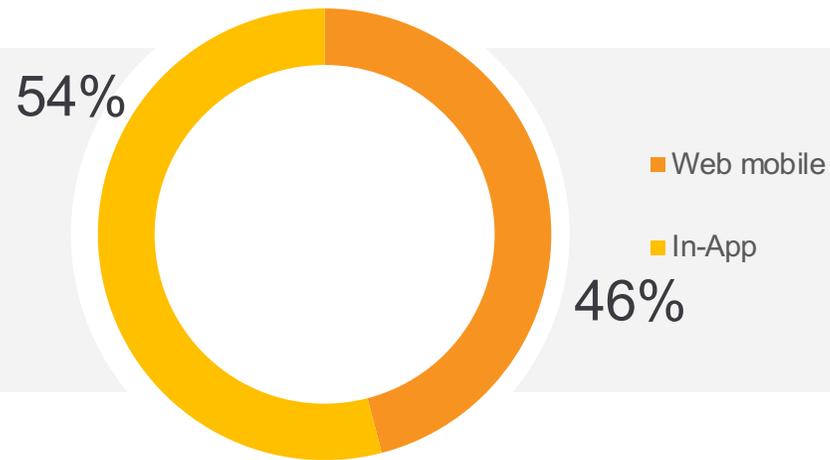
Europa

Quota di transazioni di ecommerce per canale



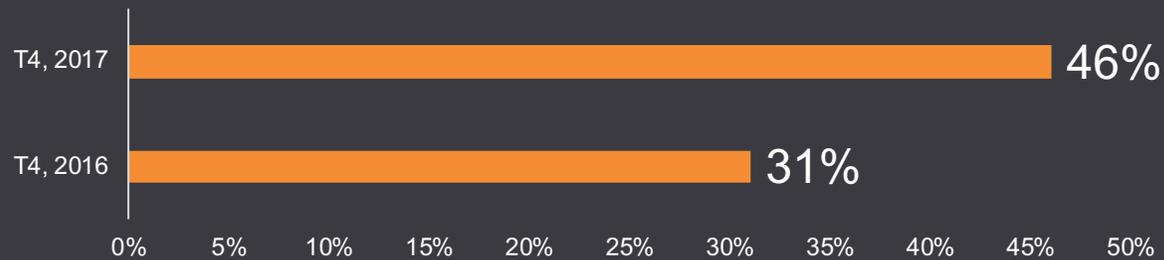
Europa

Quota di transazioni in-app di ecommerce su mobile



Nel mondo

Incremento globale su base annua della quota di transazioni in-app

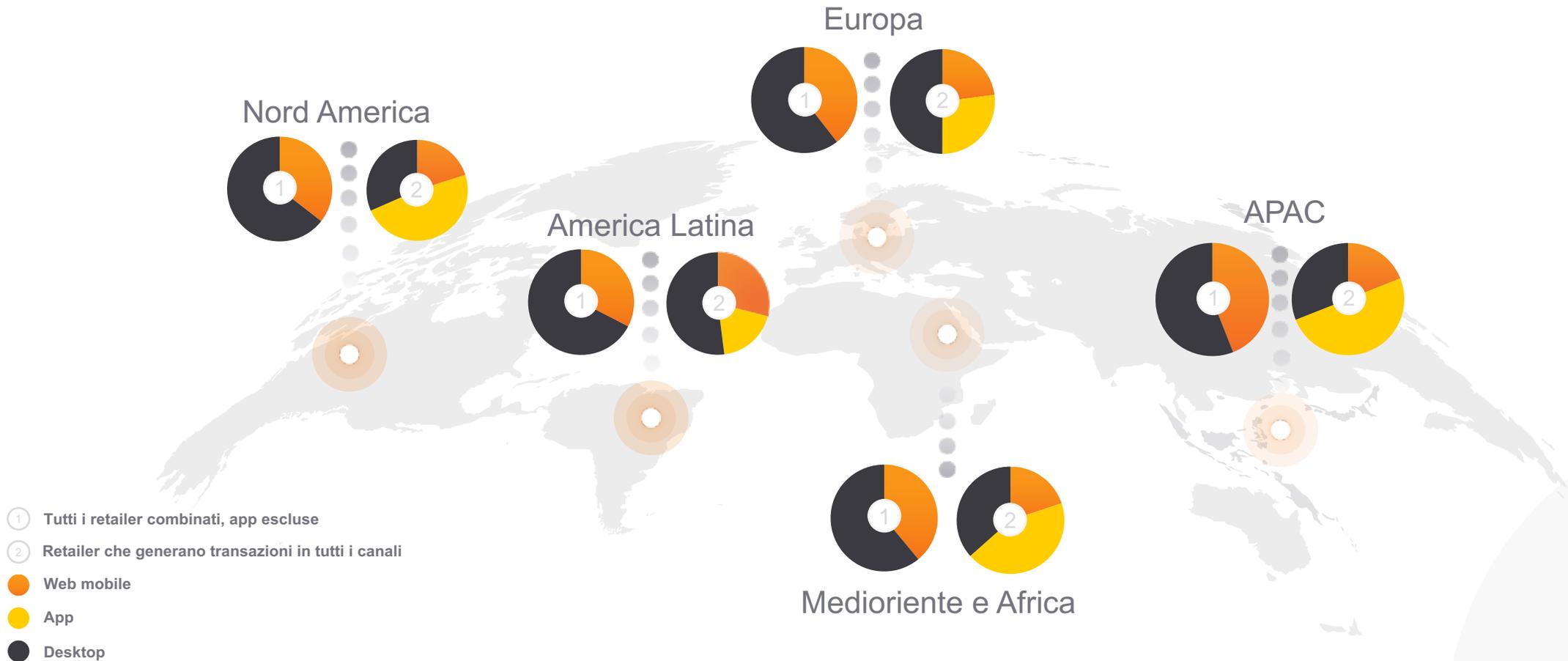


**48%**

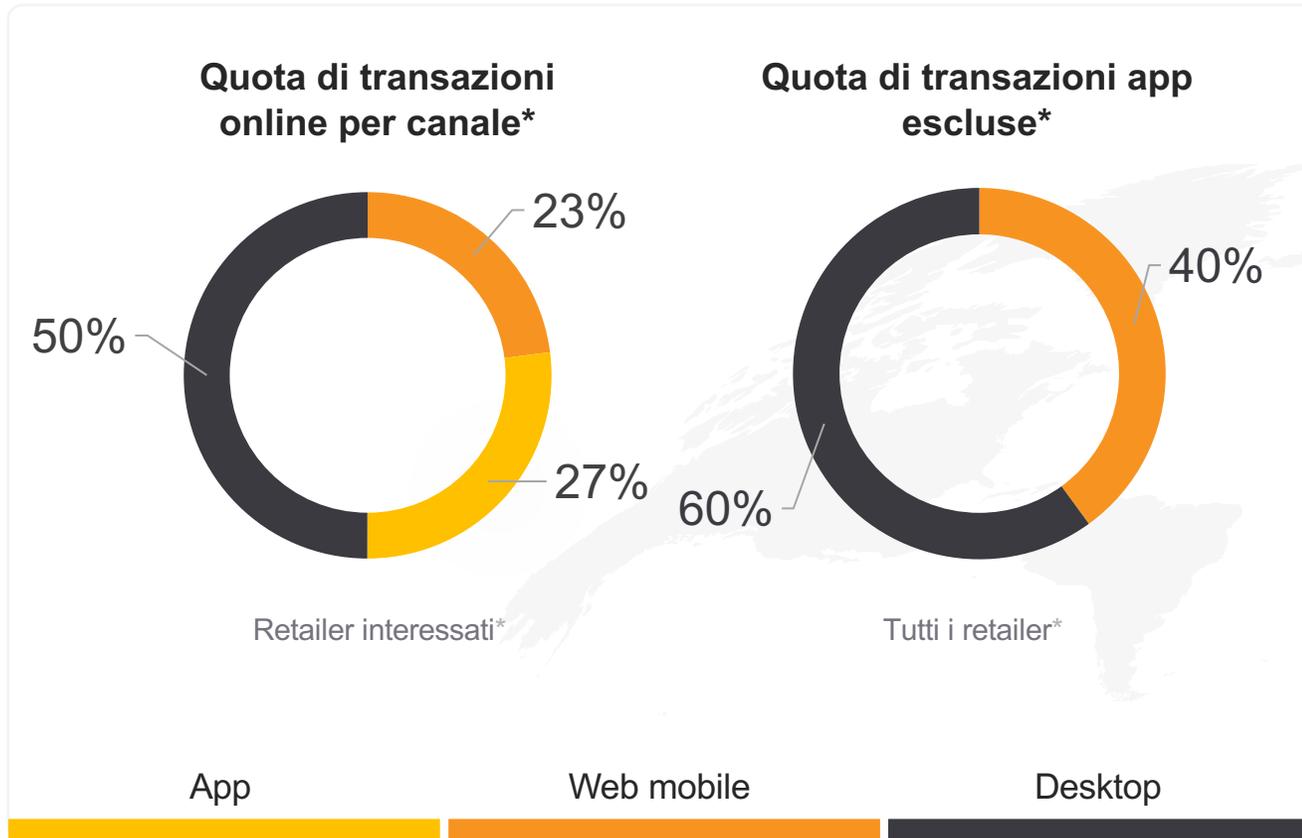
Incremento su base annua

OPPORTUNITÀ APP

**Nella maggior parte delle regioni del mondo, il mobile rappresenta più del 50% delle transazioni online, e le vendite in-app dominano.**



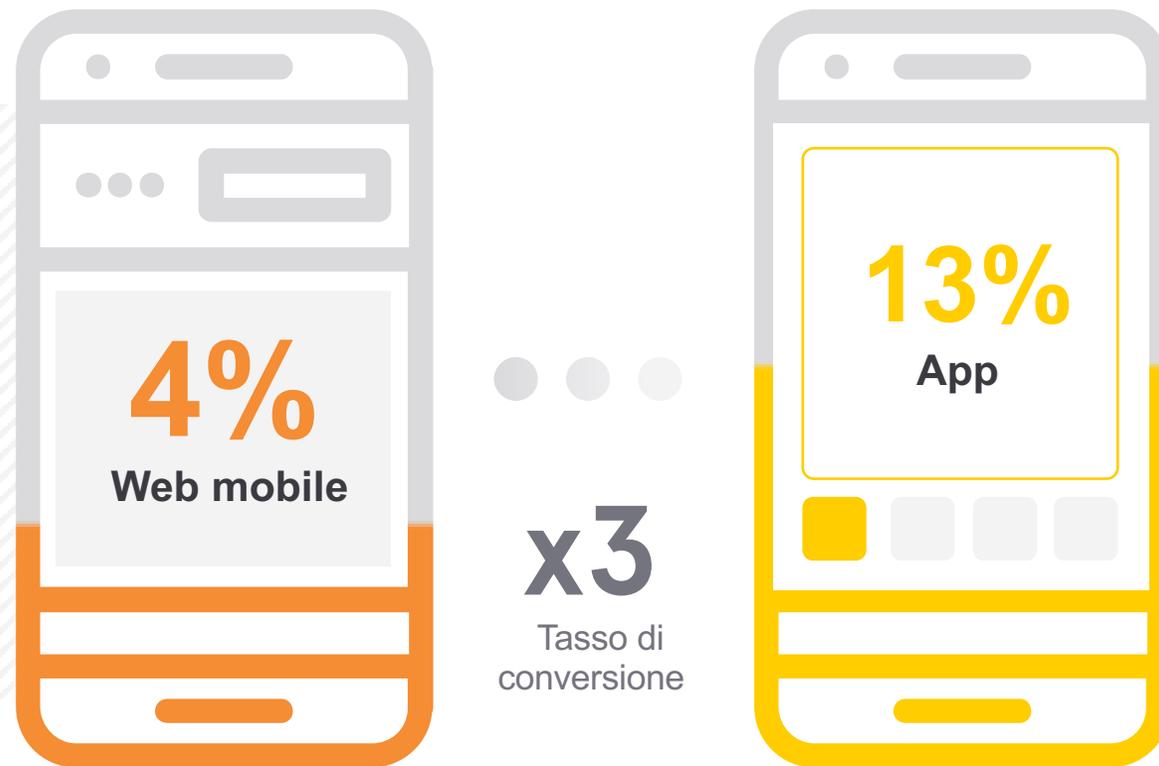
# In Europa, i retailer con una shopping app oggi generano il 50% delle loro vendite su dispositivi mobili.



# Le shopping app generano tassi di conversione più elevati.



In Europa, il tasso di conversione sulle shopping app è 3 volte superiore a quello del Web mobile.

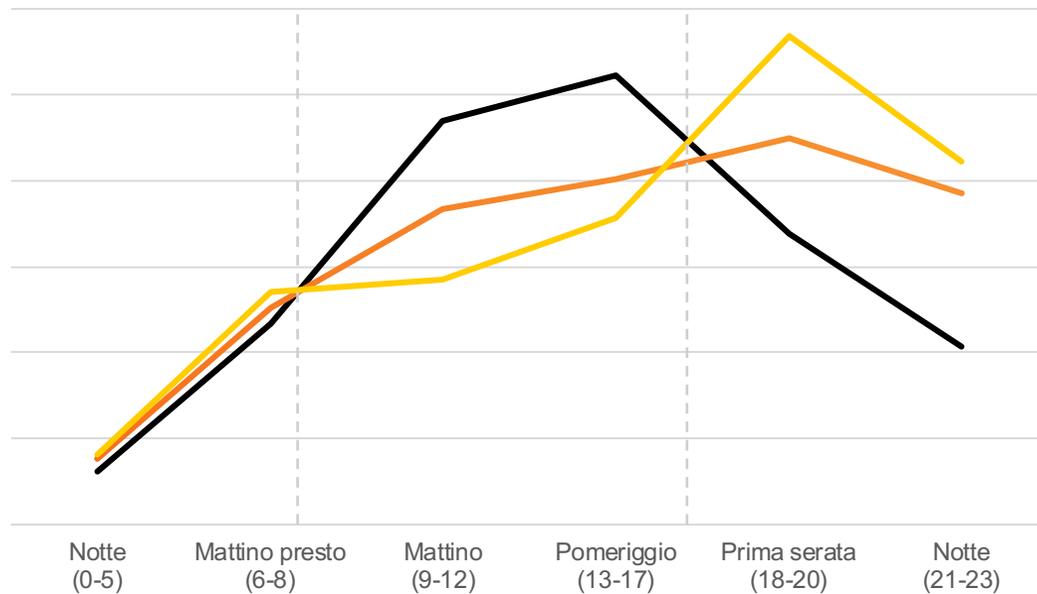


MOMENTI DELLO SHOPPING

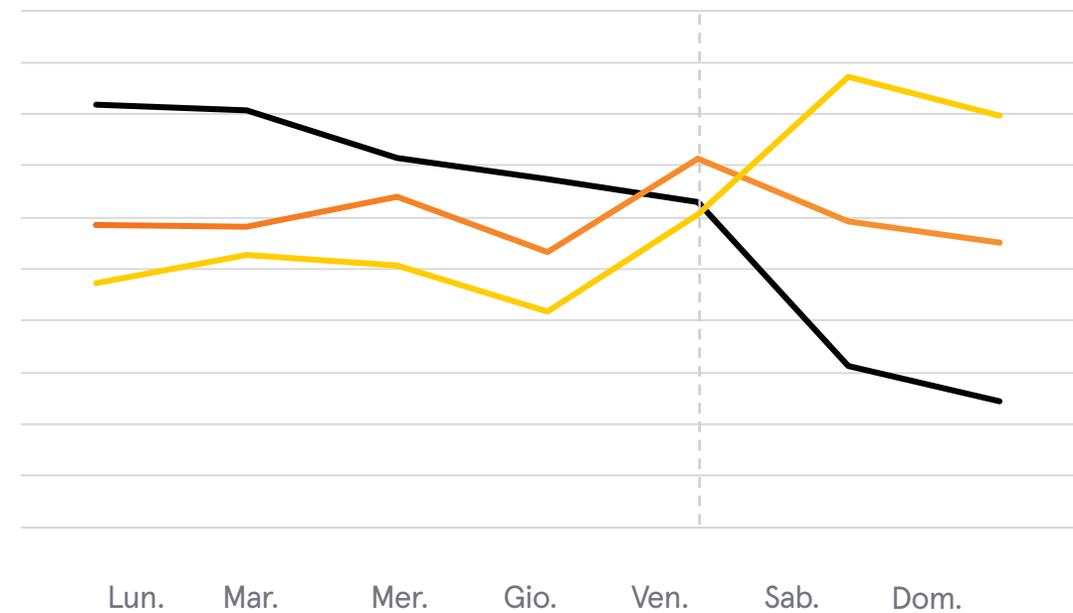
# Nelle ore lavorative domina l'uso del desktop, mentre il mobile vince di notte e nei weekend.



Vendite per tipo di dispositivo e ora del giorno



Vendite per tipo di dispositivo e giorno della settimana



Smartphone

Tablet

Desktop



COMBINAZIONE DI DATI

# La combinazione di dati cross-device ti consente di conoscere l'evoluzione del percorso di acquisto del cliente.



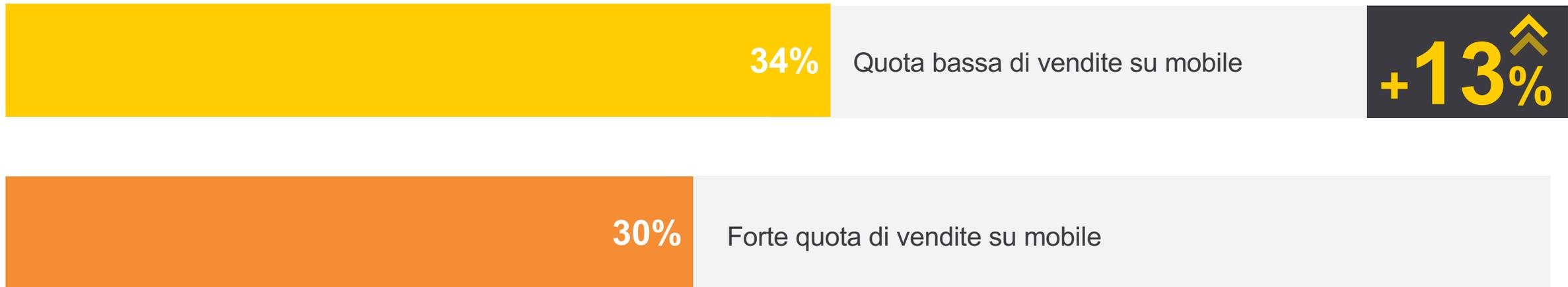
Il 15% di tutte le transazioni su desktop in Italia viene preceduto da un clic su un dispositivo mobile.



# I retailer con vendite basse su mobile ottengono un numero maggiore di transazioni cross-device.



Quota di transazioni cross-device\* per prevalenza di vendite su mobile



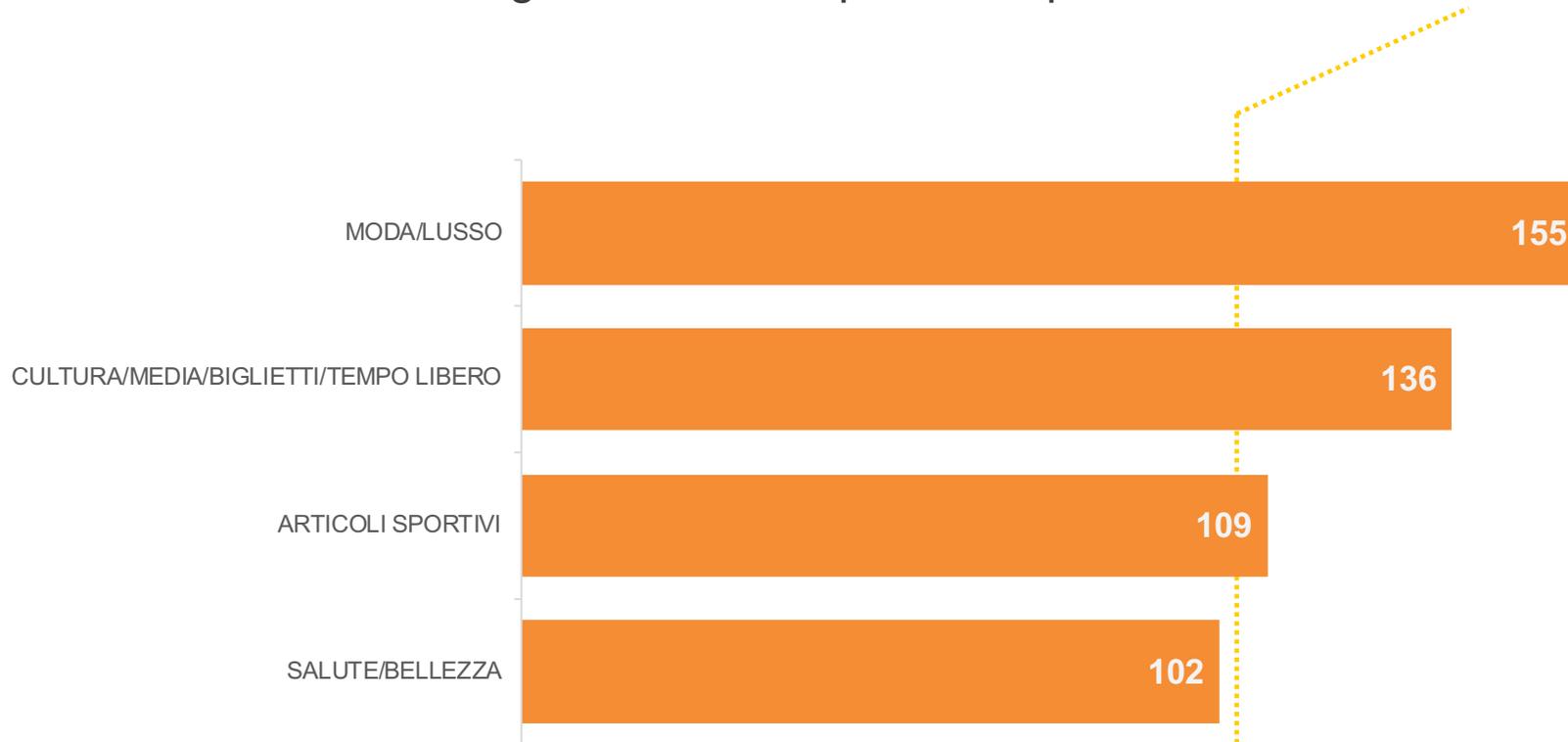
**Morale per l'advertiser:** combinare dati cross-device aiuta a porre rimedio in caso di quote di vendite su mobile inferiori alla media

COMBINAZIONE DI DATI

# La combinazione di dati sulle intenzioni di acquisto aumenta le opportunità di spesa di ogni cliente.



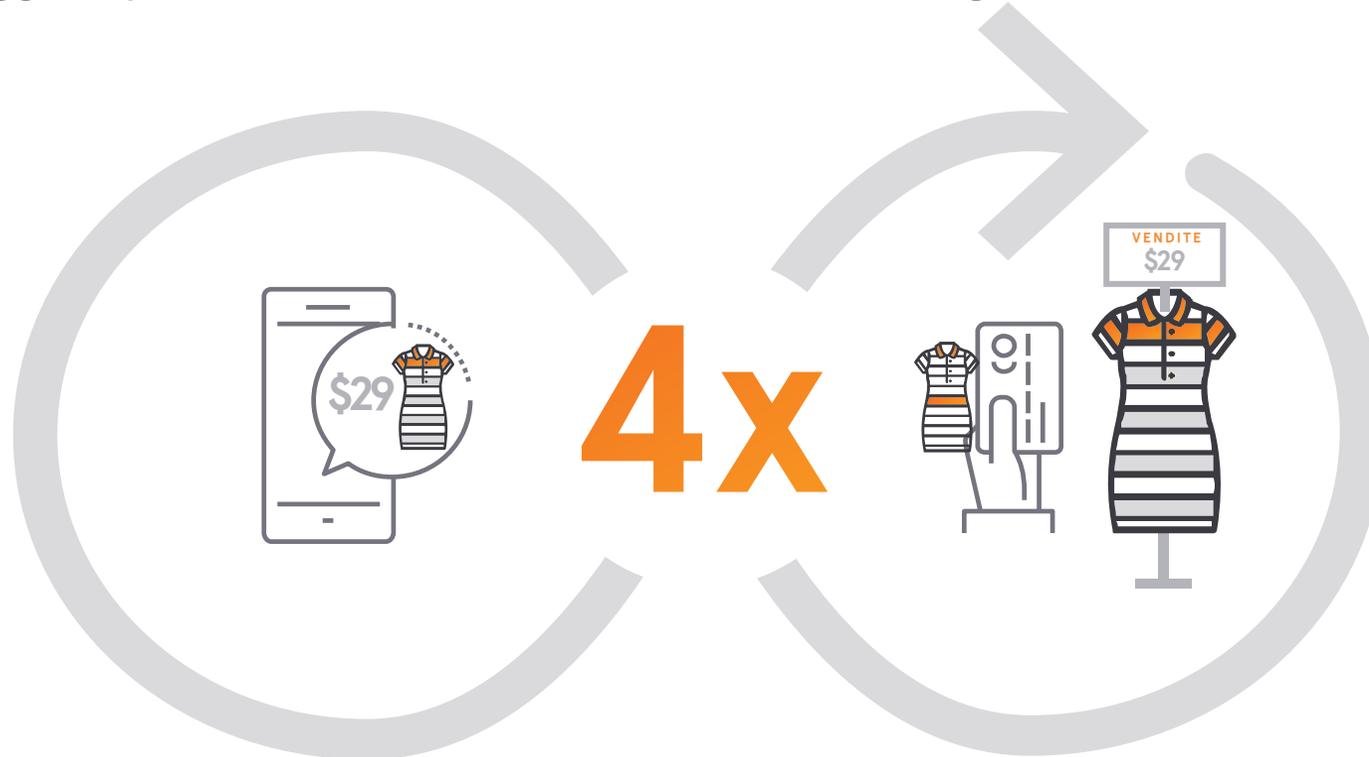
I valori medi dell'ordine sono significativamente più elevati per clienti identificati: **+26% in media.**



# Le vendite offline ampliano la conoscenza dei clienti e incrementano i risultati online.



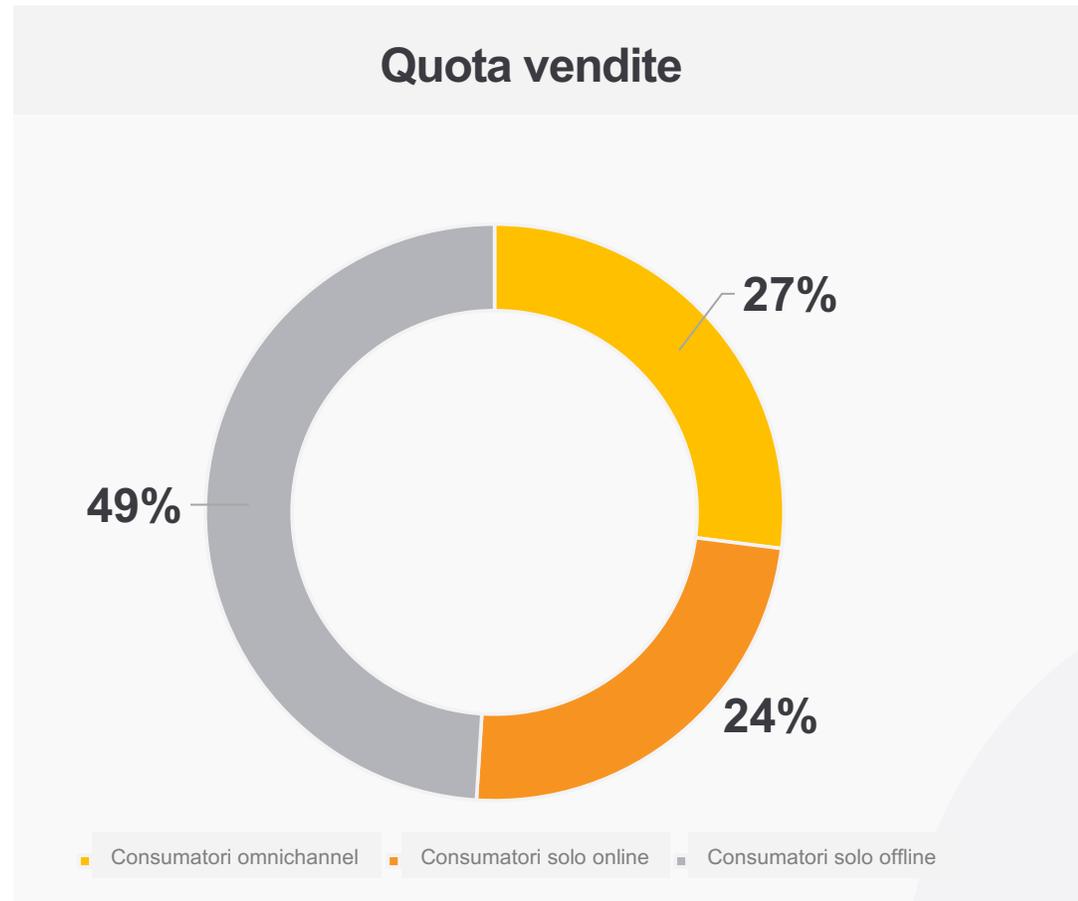
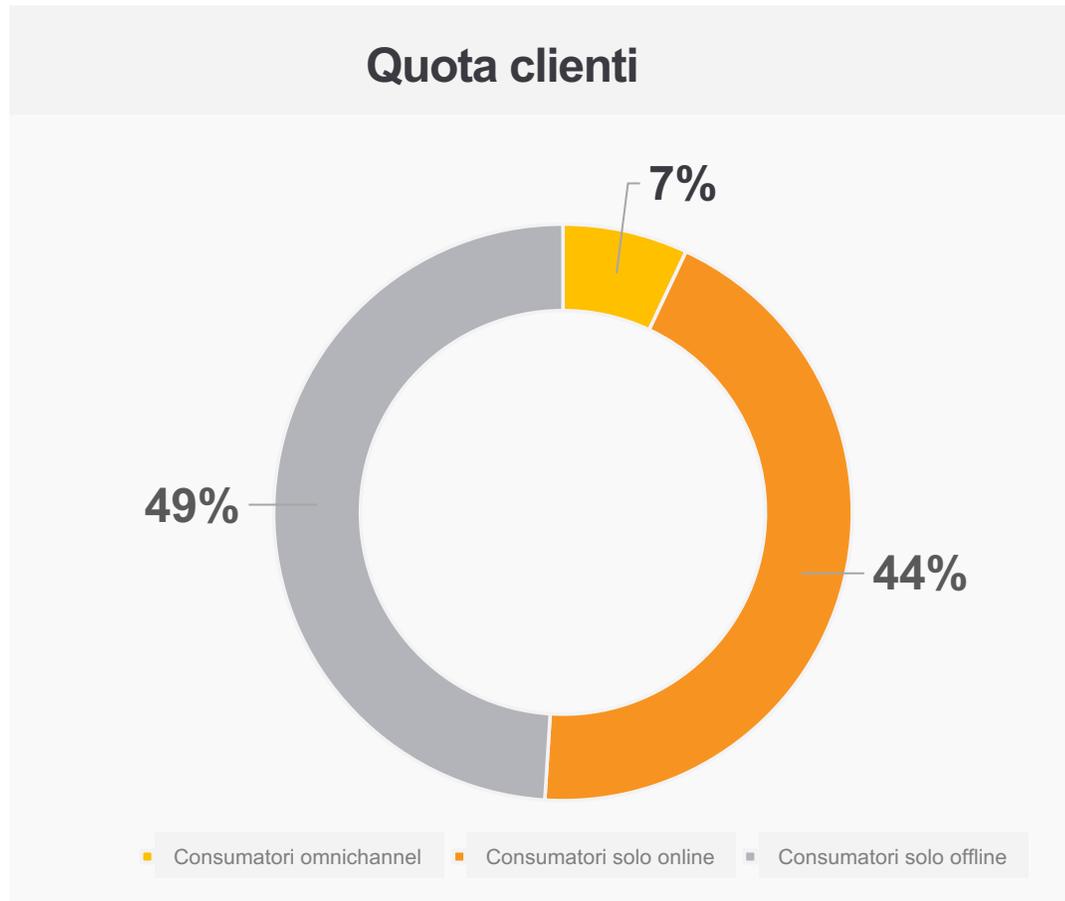
I retailer omnichannel che sanno combinare i loro dati offline e online possono utilizzare una quantità di dati quattro volte maggiore per ottimizzare le loro iniziative di marketing\*.



# I clienti omnichannel generano il lifetime value più alto.



I clienti omnichannel generano il **27% di tutte le vendite**, nonostante rappresentino solo il **7%** di tutti i clienti





**Per conoscere le ultime informazioni su come i clienti cercano e acquistano nel mondo, consulta la nostra **mappa interattiva del mondo.****



## **Metodologia**

I dati individuali di ricerca e di acquisto di oltre 5.000 retailer in più di 80 Paesi. Q4 2017

## **Informazioni su Criteo**

Per saperne di più su come il Criteo Commerce Marketing Ecosystem stimola vendite e profitti per migliaia di brand, retailer ed editori nel mondo, visita la pagina [criteo.com/it/about](https://criteo.com/it/about).