

LA COPPIA SHOPPING&SMARTPHONE PIACE AGLI ITALIANI, ANCHE OFFLINE

- Pur utilizzando un dispositivo mobile, il 56% degli italiani preferisce fare shopping online in momenti dedicati
 - La metà degli italiani ha da 2 a 5 app di shopping sul proprio smartphone
 - 6 su 10 utilizzano lo smartphone durante lo shopping nei negozi tradizionali
-

BERLINO, 12 LUGLIO 2017 // Zalando, piattaforma europea leader nel fashion online, ha condotto un'indagine su un panel di 1.000 consumatori¹ per analizzare le abitudini degli italiani che **effettuano acquisti in rete** e **che utilizzano dispositivi mobile**.

Per gli italiani lo shopping è “una cosa seria”, e pur potendo acquistare via mobile da qualsiasi posto e in qualsiasi momento, **il 56% preferisce ritagliarsi del tempo** dedicato esclusivamente a tale attività. Il **32%**, invece, **acquista da tablet o smartphone in momenti di pausa** tra un impegno e l'altro, o mentre guarda la TV.

La metà degli italiani ha scaricato sul proprio smartphone **da 2 a 5 app di shopping**. **Il 42%** utilizza la app del suo negozio online preferito per acquistare mentre il **35%** la usa per cercare i prodotti ma preferisce, poi, concludere l'acquisto attraverso il sito.

“In Zalando l'approccio mobile è una priorità già da tempo” dichiara Giuseppe Tamola, Country Manager di Zalando per l'Italia. “Quasi il 70% degli accessi a Zalando viene effettuato da dispositivi mobili per cui riteniamo sia molto importante offrire un'esperienza mobile sempre più vicina alle esigenze degli utenti. I clienti italiani, tra gli europei, sono quelli che accedono maggiormente da dispositivi mobile e i nostri dati interni confermano quanto emerso dalla nostra ricerca”.

LA APP VINCENTE: FACILE, VELOCE, CONCRETA E INTUITIVA

Le funzioni più apprezzate dagli intervistati in un'app di shopping moda sono:

- La **ricerca**, che deve essere semplice ed efficace (il 39% la mette al primo posto).

¹ Il sondaggio è stato condotto con metodologia CAWI su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 1.006 persone maggiorenti, che hanno effettuato acquisti online negli ultimi 12 mesi. Rispondenti uomo: 475; rispondenti donna: 531. Suddivisione per età – 18-34: 314; 35-54: 465; 55+: 227.

- Una **descrizione del prodotto** utile a comprendere al meglio le sue caratteristiche (il 39% la mette al secondo posto).
- Un **processo di check-out** facile e intuitivo (il 29% la mette al terzo posto).

Per quanto riguarda le notifiche, invece, quelle che gli intervistati ricevono più volentieri sono relative a **offerte e promo (76%)**, informazioni sullo **stato degli ordini (61%)** e informazioni su **nuove collezioni / prodotti disponibili (39%)**. **Le notifiche sono ormai parte della vita quotidiana di molti, tanto che solo il 3% degli intervistati le considera invasive.**

LO SMARTPHONE, UN ALLEATO DURANTE LO SHOPPING TRADIZIONALE

6 italiani su 10 dichiarano di utilizzare lo **smartphone durante lo shopping nei negozi** tradizionali. Le ragioni principali sono la possibilità di confrontare i prezzi dei prodotti tra retailer offline e online (26%) e **ricercare informazioni sui prodotti in modo da poter** valutare l'acquisto in maniera più consapevole (21%).

A PROPOSITO DI ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) è la piattaforma online europea leader in ambito moda donna, uomo e bambino. Offriamo ai nostri clienti un'esperienza d'acquisto esclusiva e una destinazione unica da cui accedere a un'ampia selezione di articoli fashion tra cui accessori, scarpe e abbigliamento, il tutto con spedizione e reso gratuiti. Costituito da oltre 1.500 brand, l'assortimento include i più noti marchi internazionali, fast fashion e locali, ed è completato dai prodotti delle nostre private label. L'offerta è localizzata al fine di rispondere alle preferenze dei clienti di ciascuno dei 15 mercati europei in cui operiamo: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera. I quattro centri di distribuzione centrali situati in Germania, coadiuvati dai magazzini in Italia e Francia dedicati al servizio locale, formano un network logistico che consente di servire efficientemente i clienti di tutta Europa. Siamo convinti che la nostra integrazione di fashion, aspetti operativi e tecnologia applicata all'online ci consenta di offrire una value proposition convincente, sia per i clienti sia per i brand nostri partner. Gli shop di Zalando registrano oltre 200 milioni di visite mensili. Nel primo trimestre 2017, il traffico proveniente da dispositivi mobile si è attestato a oltre il 68%, per un totale di circa 20,4 milioni di clienti attivi a fine trimestre.

CONTATTI ZALANDO

Matteo Bovio / Corporate Communications
matteo.bovio@zalando.it
+49 (0)30 2000 88 512

CONTATTI BPRESS

Beatrice Caputo / Valeria Alunni / Eleonora Bresesti
zalando@bpress.it
+39 02 725851