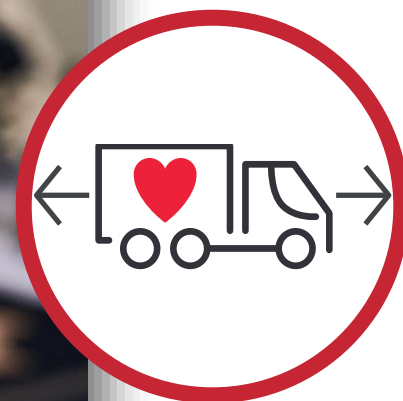


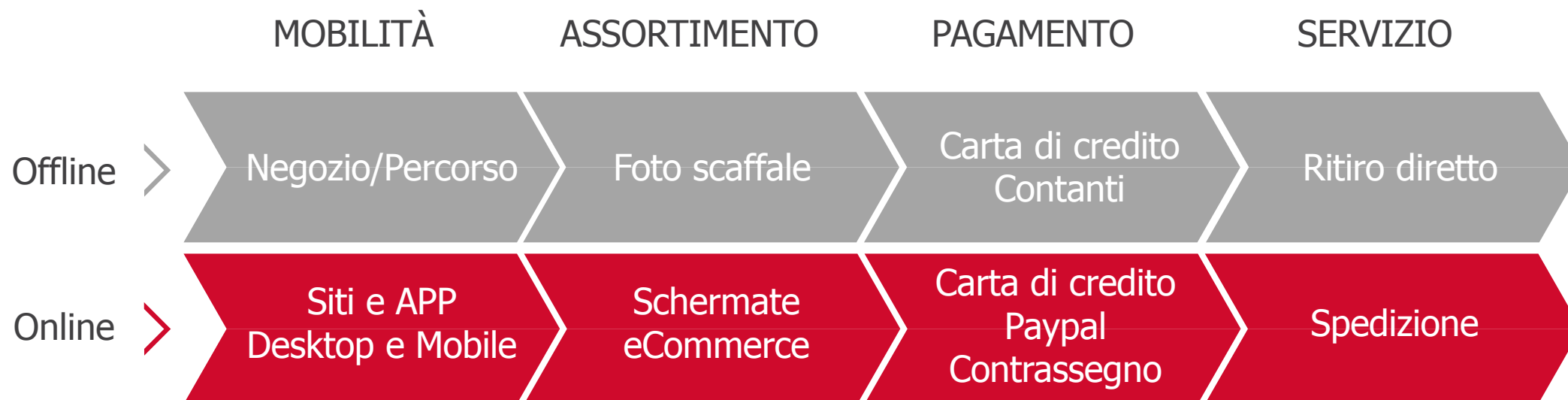
A red BRT delivery van is driving on a road in front of the Vittoriano monument in Rome. The monument is a large, ornate white stone structure with many columns and statues. The sky is blue with some clouds. In the foreground, there is a green lawn and a black metal fence.

Un'opportunità per crescere:
è nato il nuovo acquirente europeo

Il ruolo della personalizzazione



Il processo di acquisto offline vs online



eCommerce è rilevante

VALUTAZIONE COMPLESSIVA DELL'ESPERIENZA D'ACQUISTO
(non più solo prodotto e distribuzione)

MARKETING

ADVOCACY / LOYALTY

ACTION

CONSIDERATION

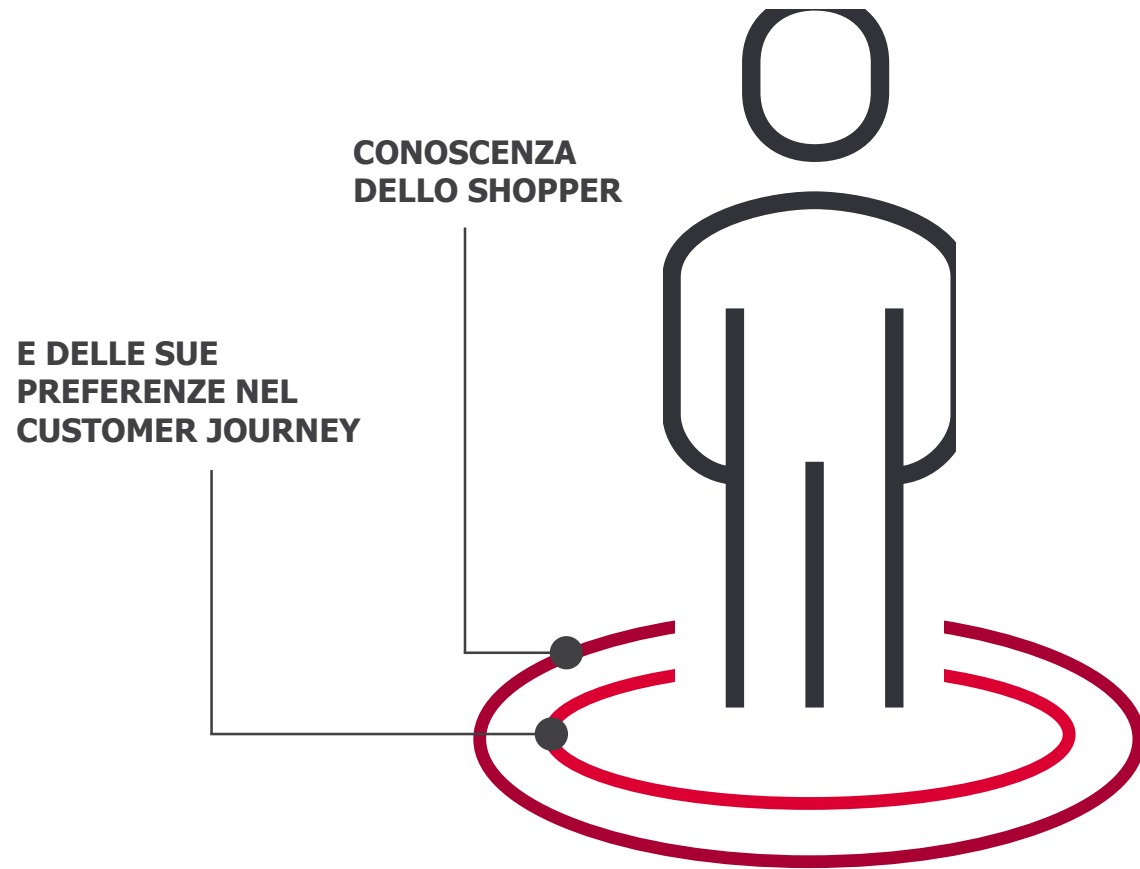
AWARENESS



SERVICE / DELIVERY

SI ALLARGANO I CONFINI:
Servizi di consegna
Servizi di reso
Pagamenti
Assistenza

La persona al centro



La conoscenza dell'acquirente e del mercato



BRT PARTNER nella conoscenza dell'e-shopper e del mercato

La ricerca DPDgroup «E-Shopper Barometer»



Campione intervistato per ogni Paese:
da 800 a 1500 persone

Periodo:
2016, 2017, 2018

22 Paesi
24.000+ E-shoppers

L'unico studio a livello europeo
con un campione così rilevante



CORRIERE
ESPRESSO



È nato
un nuovo
acquirente
online



L'identikit del nuovo acquirente online

I nuovi acquirenti acquistano online **da almeno 2 anni** e rappresentano il **15%** degli e-shoppers europei.

47%

GRANDI ACQUIRENTI*

(vs **33%** della media europea)

26%

**ordinano beni fisici almeno
una volta alla settimana**

(vs **13%** della media europea)



53%

Millennials

(vs **40%** della media europea)

54%

Uomini

(vs **51%** della media europea)

Perché i nuovi acquirenti sono interessanti?

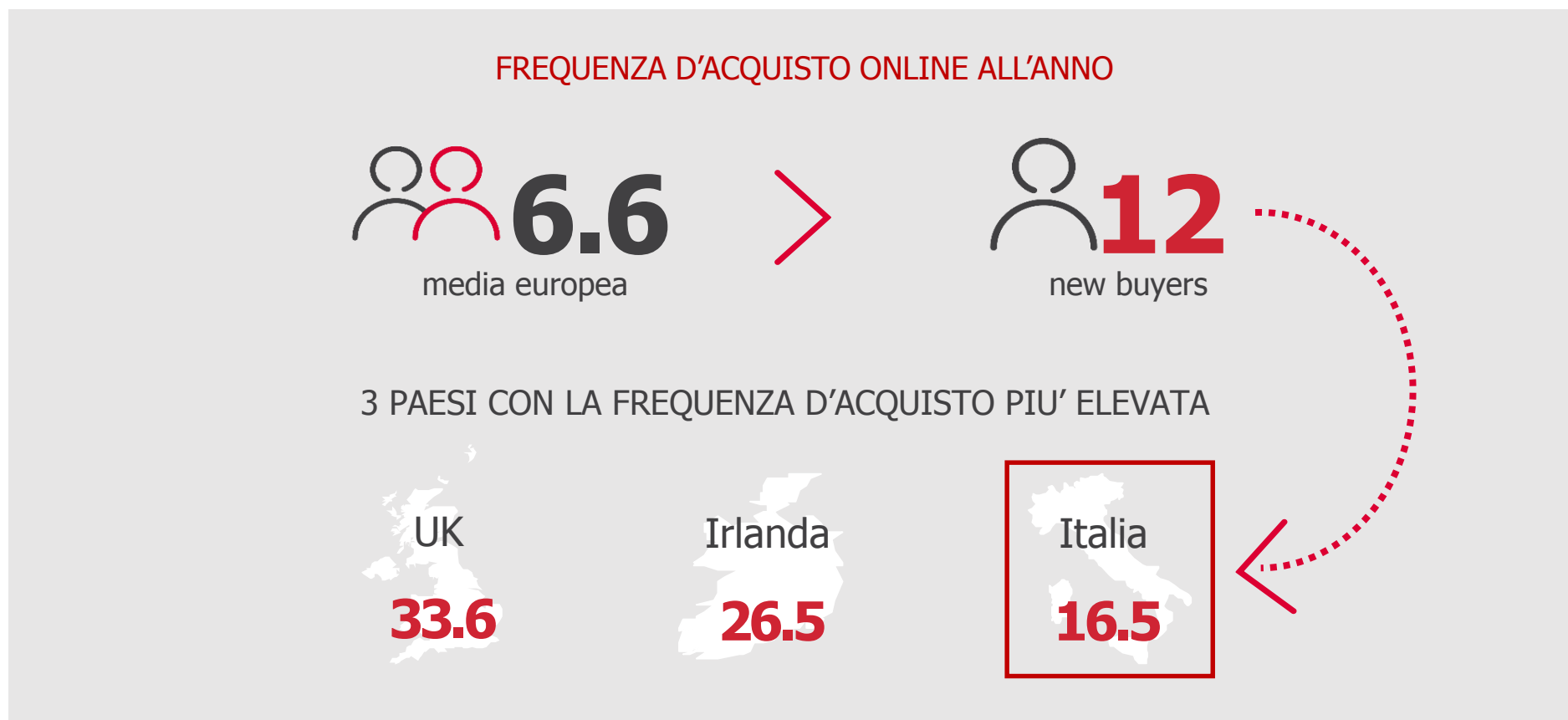
Perché il valore del carrello è maggiore rispetto alla media

SPESA MEDIA (ULTIMO ACQUISTO)

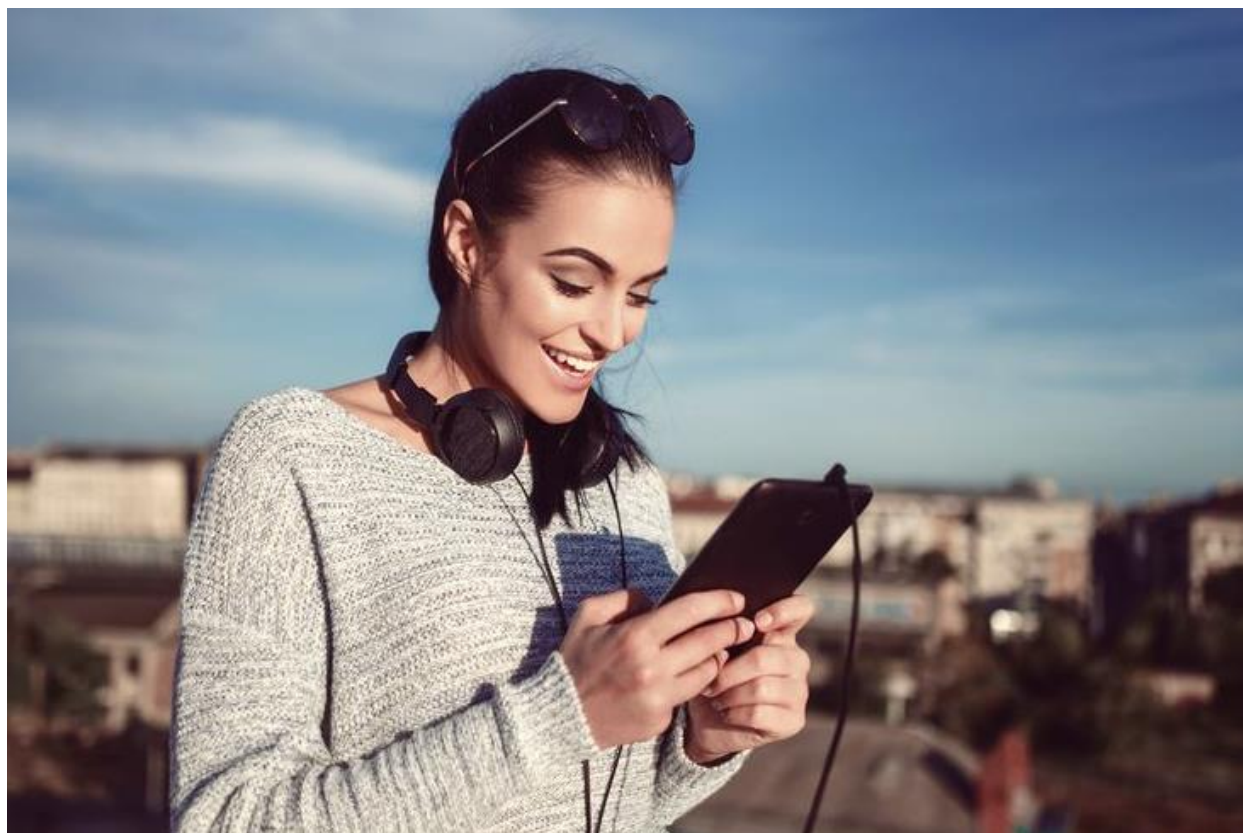
		Nuovi acquirenti	Media europea	
	Moda / Calzature	> 83€	← 68€	> +22%
	Tempo libero / Giochi / Sport	> 83€	← 67€	> +24%
	Largo Consumo	> 79€	← 61€	> +30%
	Libri, edizioni	> 54€	← 39€	> +38%

Perché i nuovi acquirenti sono interessanti?

Perché **acquistano più spesso** rispetto alla media



I nuovi acquirenti esprimono una tendenza maggiore all'acquisto d'impulso rispetto alla media europea



42%
fa acquisti
d'impulso

(vs **36%** media europea)

+2 pts

I nuovi acquirenti acquistano sempre di più all'estero

Prediligono la prossimità, ponendo **più attenzione alla qualità** e facendo crescere opportunità in Europa.



Europa

70%

(vs **65%** media europea)



Cina

34%

(vs **47%** media europea)

Il ruolo degli influencers e della pubblicità sui Social Media

Influencers e pubblicità sui Social Media **hanno un impatto maggiore** sui nuovi Acquirenti **guidando la scelta dei siti.**



NUOVI ACQUIRENTI

38%

+9 pts

MEDIA EUROPEA

31%

+3 pts

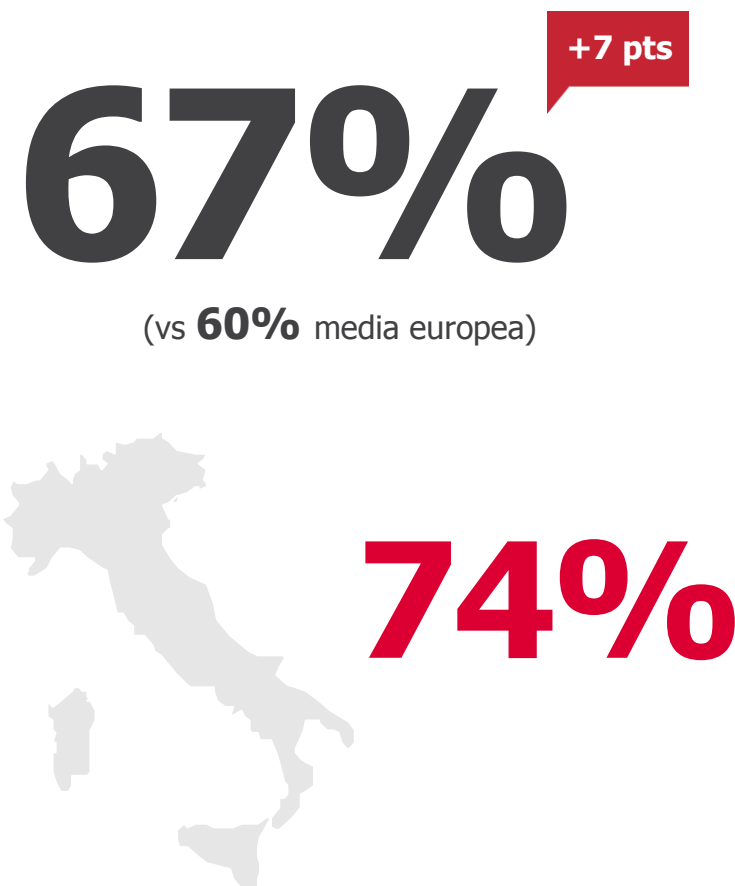
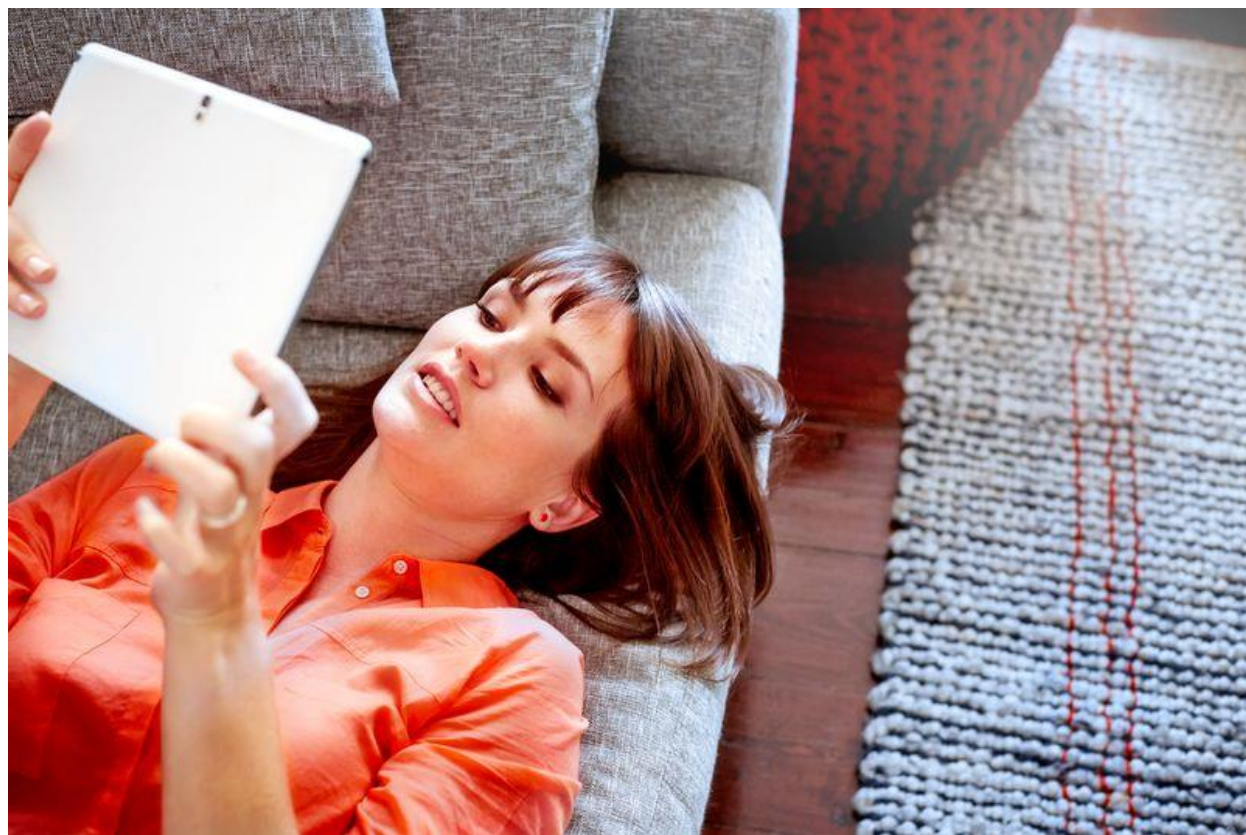
Il luogo di consegna preferito è la casa anche per i nuovi acquirenti online



64%

I nuovi e-shopper sono molto attivi anche nella fase post-acquisto

I nuovi acquirenti **lasciano più feedback e recensioni** rispetto alla media europea.



Il brand del corriere è decisivo per costruire
un rapporto di fiducia con il cliente



83%

considera importante
conoscere il nome
del corriere al momento
dell'acquisto

Il ruolo strategico delle spedizioni per l'eCommerce



Acquistare online è un'esperienza complessa: il sito web deve assicurare all'e-shopper la **massima affidabilità** lungo tutto il percorso.

La **spedizione** è un **tassello essenziale**: il partner logistico deve garantire che la merce arrivi nei tempi promessi e nelle condizioni ottimali.

Ne va **della reputazione del negozio online** e del brand.

GRAZIE

marketing@brt.it