

## ECOMMERCE: IL FUTURO DELLO SHOPPING È QUI

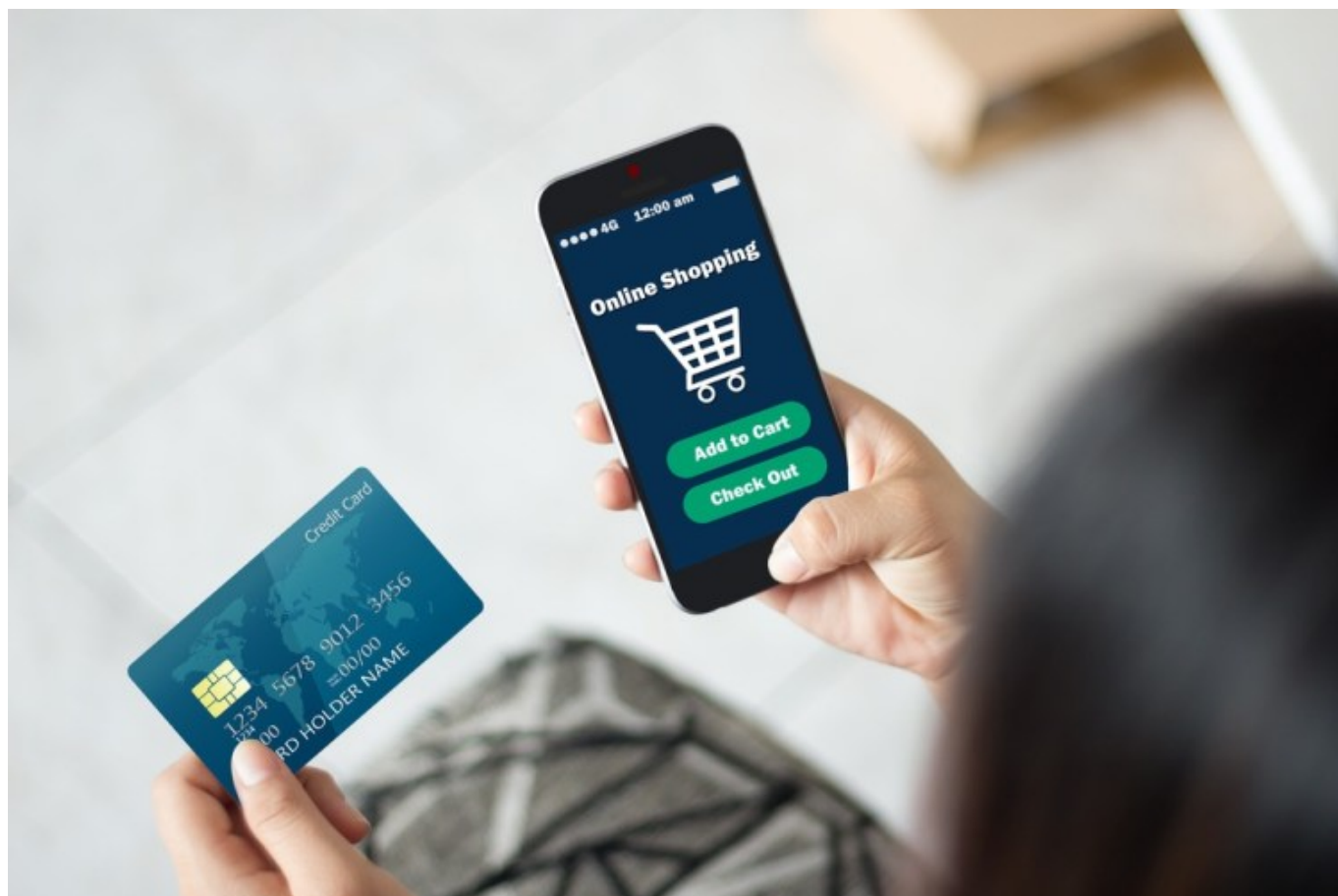


**Gli Ecommerce, al di là dell'emergenza, sono oramai diventati il nuovo modo di fare la spesa online, dalla gastronomia al vino, dall'abbigliamento ai libri. Le aziende che desiderano continuare a crescere in futuro devono investire nella vendita online e in una strategia di marketing cross canale.**

**Ecommerce: il futuro dello shopping è qui**

Il Covid-19 ha portato alla **chiusura della maggior parte dei negozi fisici tradizionali**. Una cosa non accaduta nemmeno durante le due guerre mondiali. L'**Ecommerce**, di conseguenza, ha visto un'impennata nelle ultime settimane in termini di ricerche e di vendite. Così come in questo momento di **grande mutazione** un approccio di **marketing cross-canale** diventa quindi fondamentale per le aziende, per la sua

capacità di servire la causa degli individui in quanto consumatori, oltre che per migliorare le loro vite.



## **Acquisti online: una rivoluzione epocale**

Alcuni negozi fisici tradizionali, tuttavia, essendo di **pubblica utilità**, ossia necessari alla vita delle persone, sono rimasti aperti: in primis gli **alimentari e generi di prima necessità**. Eppure proprio questi stanno trainando la crescita dell'E-commerce. Sembrerebbe una contraddizione, invece no. Perché? Perché il **mutamento** che stiamo vivendo in diretta possiede **due caratteristiche importanti** che stanno prendendo forma di giorno in giorno:

- non è un mutamento di breve-medio periodo.
- non è (o non soltanto) un mutamento nel mix dei canali distributivi.

Non si parla di cambiamento di marche o insegne. Si parla di un **mutamento epocale** (quasi una mutazione) che riguarda i consumatori, soprattutto in un paese come il nostro ancora piuttosto indietro nell'approccio al digitale.

Per questo l'impatto sarà molto, ma molto, più **strategico** di quanto si possa anche solo immaginare. Sarà davvero **strutturale**, rivoluzionario, di lungo periodo. Stiamo facendo il nostro ingresso nell'era del **Retail**

5.0.



**La crescita di valore dell'E-commerce**

Un esempio: nella seconda e terza settimana di marzo la **crescita di valore dell'E-commerce** rispetto allo stesso periodo del 2019 è stata rispettivamente del **+81%** e del **+82%** [Dati: Nielsen], con un **incremento del 30%** rispetto alla settimana precedente. Mentre il grafico dei **volumi di ricerca** Google indicizzati per la query “**spesa online**” ha portato a picchi del **+1.250%**. Ciò significa che siamo solo all’inizio dello spostamento dei consumi verso i nuovi canali digitali: dagli E-commerce proprietari, ai **marketplace** come



Amazon e AliExpress. Tanto che su Amazon la query “**spesa online**” negli ultimi 30 giorni è cresciuta di **+2.814%**. Riusciamo adesso a capire la portata di tutto questo?

C'è da dire che l'E-commerce era già un **canale in ascesa**: negli ultimi dieci anni anche in Italia è cresciuto di una percentuale variabile **tra il 17% e il 22%** (Dati: Politecnico di Milano), raggiungendo picchi del **+40%** per le categorie più gettonate, tra cui proprio il **grocery**.

Ma in queste settimane l'Ecommerce sta viaggiando a 4 o 5 volte tanto rispetto alla velocità degli ultimi 10 anni e quello che ripetiamo, sulla base dei **dati statistici** e degli **indicatori economici**, è che non si tratta di un mutamento temporaneo dovuto alla contingenza ma di un solidissimo **mutamento strutturale** semplicemente al suo inizio: questo perché appare evidente che va sedimentandosi una nuova predisposizione all'**acquisto digitale**.

👉 **Leggi anche: [TuscanyPeople, il magazine che si ciba di Eccellenze toscane](#)**

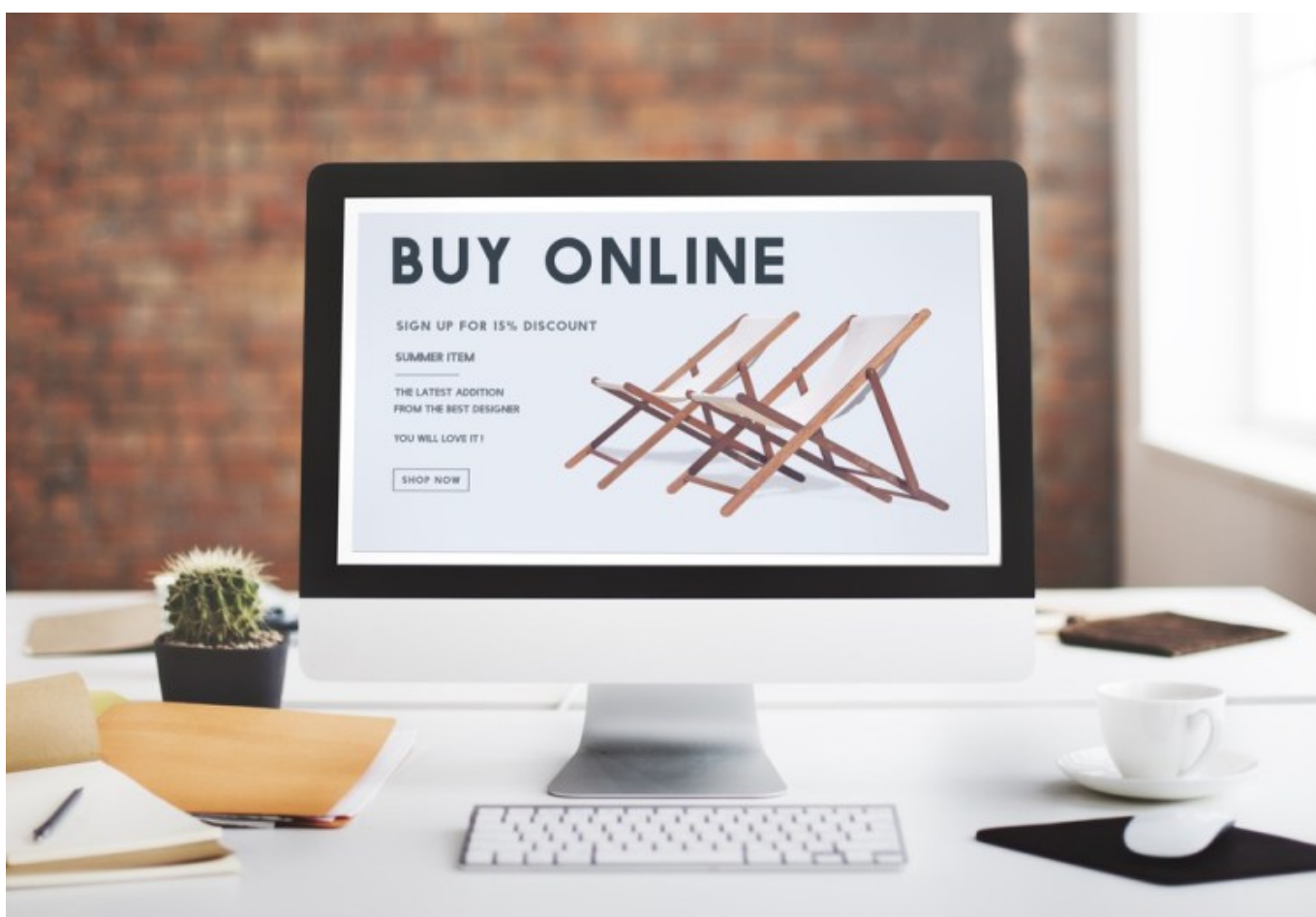




tre chi aveva una strategia monolitica la sta abbandonando. Chi invece aveva già pianificato in senso cross-canale ne esce sicuramente meglio degli altri. Chi assieme alla TV usufruiva di **YouTube**, ad esempio, può cambiare il mix a favore del secondo.

Chi possiede un **piano di store-visibility** può affiancare un piano media sui social contando più che mai sul **marketing in tempo reale** o sui contenuti spontaneamente generati dagli utenti. TikTok, Instagram, la **produzione di contenuti** è adesso un'ancora di **salvezza** e una **sicurezza per il domani**.

👉 **Leggi anche: [Etsy, il virtual marketplace della creatività](#)**



Concludendo, ci sembra pertanto che l'**Ecommerce** e questi **comportamenti "misti"**, o meglio "cross", costituiscano il sostrato su cui lavorare sempre più seriamente nel corso della stretta attualità ma anche per i **prossimi anni**, così da andare incontro di corsa a ciò che sta radicalmente cambiando nei sentimenti e nelle **azioni dei consumatori**.

📌 **PER APPROFONDIRE:**



**TuscanyPeople.com** - People and Stories from #Tuscany

- ☛ L'importanza della fidelizzazione nel marketing contemporaneo
- ☛ 5 modi per accrescere la tua Brand Awareness
- ☛ ZMOT, il momento zero della verità, anima del marketing attuale
- ☛ Hooked: come creare prodotti e servizi web per catturare clienti. Rete o gabbia?

Il nuovo **E-Commerce di TuscanyPeople** sta nascendo. Sarà formato da cento aziende dell'**Eccellenza toscana** che proprio in questi giorni stiamo valutando. La prossima potrebbe essere la tua. Contattaci per partecipare alla selezione.

Teniamoci in contatto

---

Riproduzione Riservata ©Copyright TuscanyPeople