

# L'ENGAGEMENT: TUTTO QUELLO CHE GLI E-COMMERCE ANCORA NON FANNO

Maurizio Alberti

*Managing Director eCricle*

## IL CONTESTO E GLI OBIETTIVI DELL'INDAGINE

### DIMOSTRARE L'IMPORTANZA DELLE STRATEGIE DI EMAIL MARKETING «CUSTOMER CENTRIC» PER LE AZIENDE DI E-COMMERCE

- ✓ Le newsletter generiche e le promozioni uguali per tutti non funzionano più
- ✓ Le email personalizzate generano un ROI fino a 4 volte maggiore\*
- ✓ Le aziende di e-commerce in Italia hanno già implementato le strategie «customer centric» o sul «ciclo di vita» del cliente?
- ✓ Dovrebbero farlo?

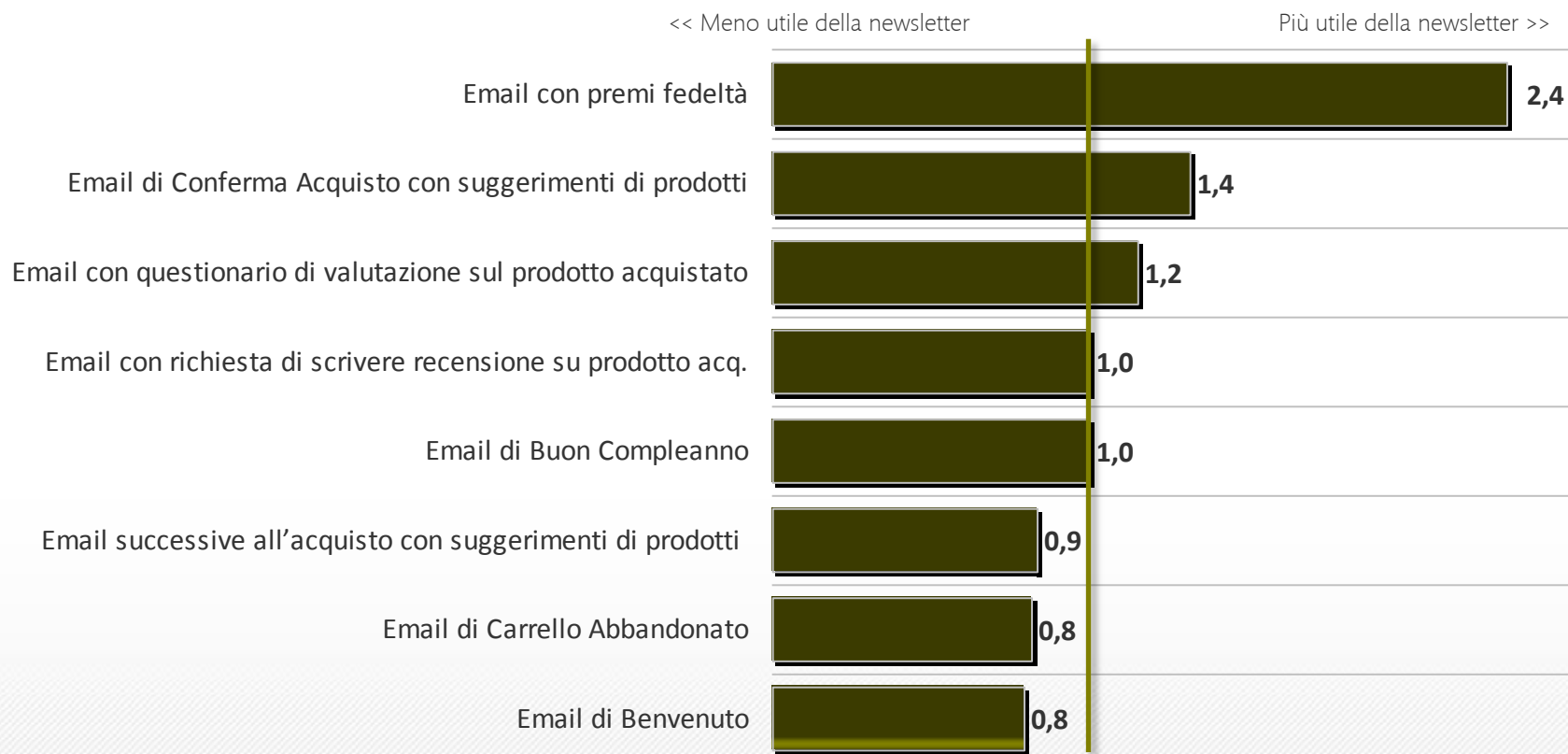
eCircle lo ha chiesto ai vostri clienti! Siete curiosi di sapere cosa ci hanno risposto?

Tutte le risposte nella prima parte del nostro studio di settore  
«COME COMUNICANO GLI E-COMMERCE?»

\* Fonte: Jupiter Research

# I PROGRAMMI DI EMAIL MARKETING

# VALUTAZIONE DELL'UTILITA' DELL'EMAIL RICEVUTA I PROGRAMMI DI EMAIL MARKETING PER L'ECOMMERCE



Domanda: Quando ricevi via email un messaggio del genere da un sito di e-Commerce, ritieni che sia più interessante/utile della normale newsletter che ricevi dallo stesso sito di e-Commerce?

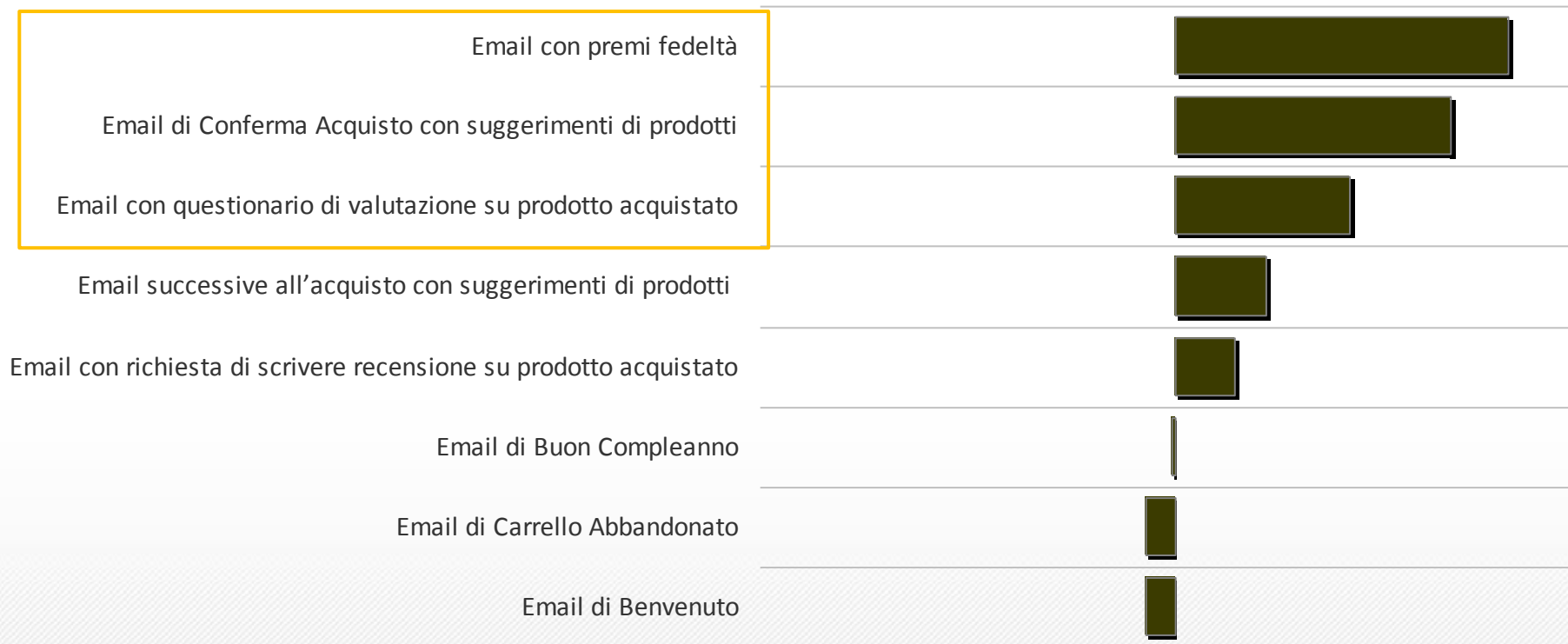
Base: rispondenti che ricordano di aver ricevuto almeno una comunicazione di questo tipo, 774 casi

## VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELL'EMAIL RICEVUTA

### QUALI MESSAGGI RISULTANO PIU' EFFICACI PER SPINGERE ALL'ACQUISTO?

<< Non importante

Importante >>

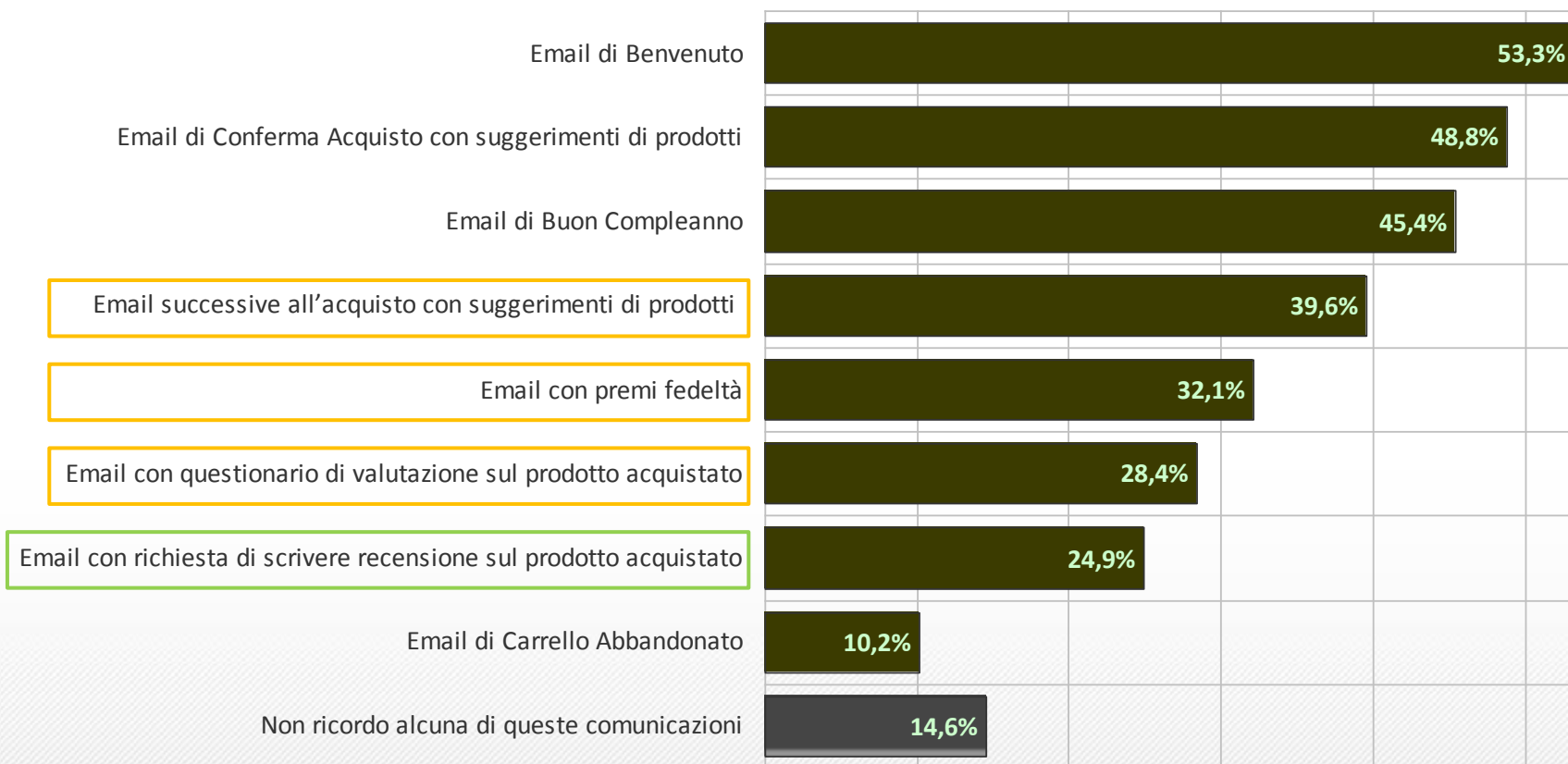


Domanda: Secondo la tua esperienza, quale importanza hanno avuto le seguenti comunicazioni nel finalizzare alcuni tuoi acquisti online recenti?

Base: rispondenti che ricordano di aver ricevuto almeno una comunicazione di questo tipo, 774 casi

# COMUNICAZIONI VIA EMAIL RICEVUTE DA UN SITO ECOMMERCE

## INCIDENZA NELL'ESPERIENZA DEGLI ACQUIRENTI ONLINE PER TIPOLOGIA DI MESSAGGIO



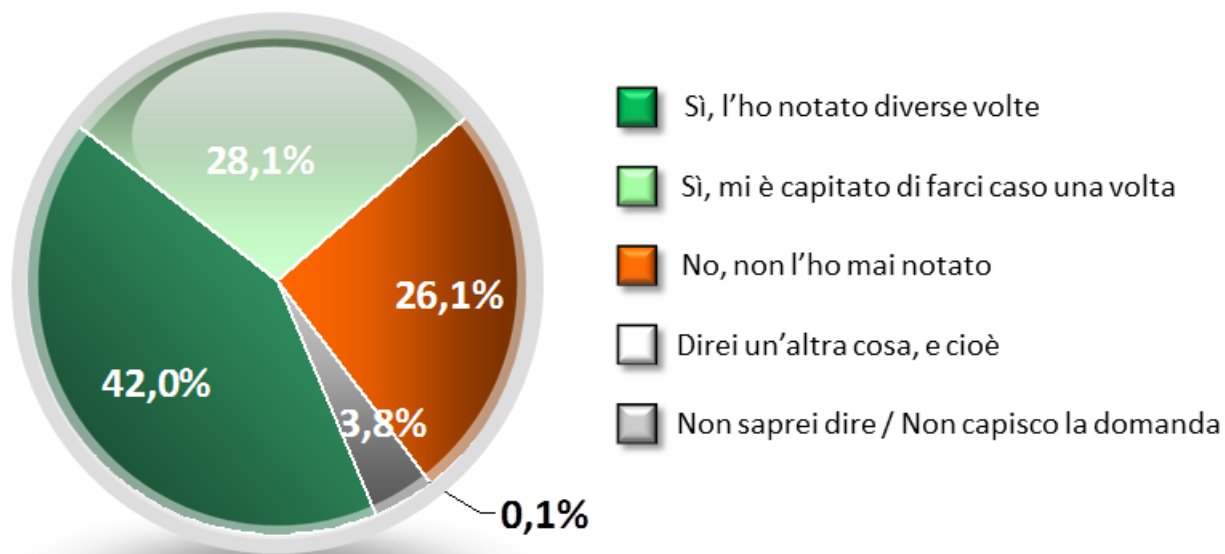
Domanda: Nel corso della tua esperienza di acquisto online hai mai ricevuto queste comunicazioni via email da un sito di e-Commerce?

Base: acquirenti online almeno una volta nella vita, 891 casi

EMAIL PERSONALIZZATE IN BASE AL  
COMPORAMENTO D'ACQUISTO O DI  
NAVIGAZIONE

## COMUNICAZIONI VIA EMAIL RICEVUTE DA UN SITO DI E-COMMERCE

IL 70% DEL PANEL HA NOTATO SUGGERIMENTI DI PRODOTTI COLLEGATI AD ACQUISTI PRECEDENTI O A RICERCHE FATTE DI RECENTE

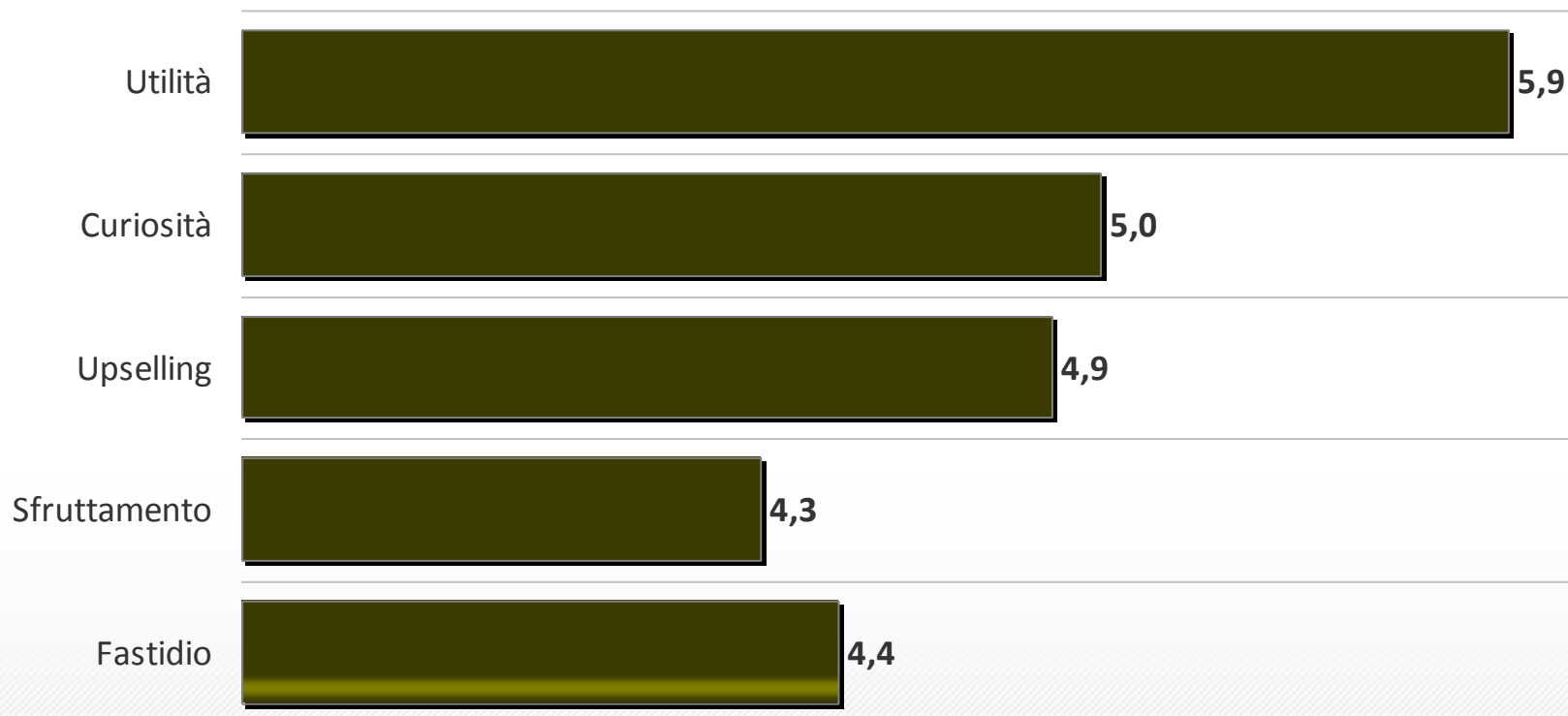


Hai mai notato se nelle newsletter che ricevi dai siti di eCommerce a cui sei iscritto (o da cui hai acquistato) ci sono informazioni e suggerimenti di prodotti da acquistare che richiamano i tuoi acquisti precedenti o delle ricerche di prodotti che hai fatto di recente?

Base: rispondenti che ricordano di aver ricevuto almeno comunicazioni eMail da siti di eCommerce, 774 casi



## REAZIONE A COMUNICAZIONI EMAIL PROFILATE SUL COMPORTAMENTO: LA PERCEZIONE DEL 70% CHE LO HA NOTATO

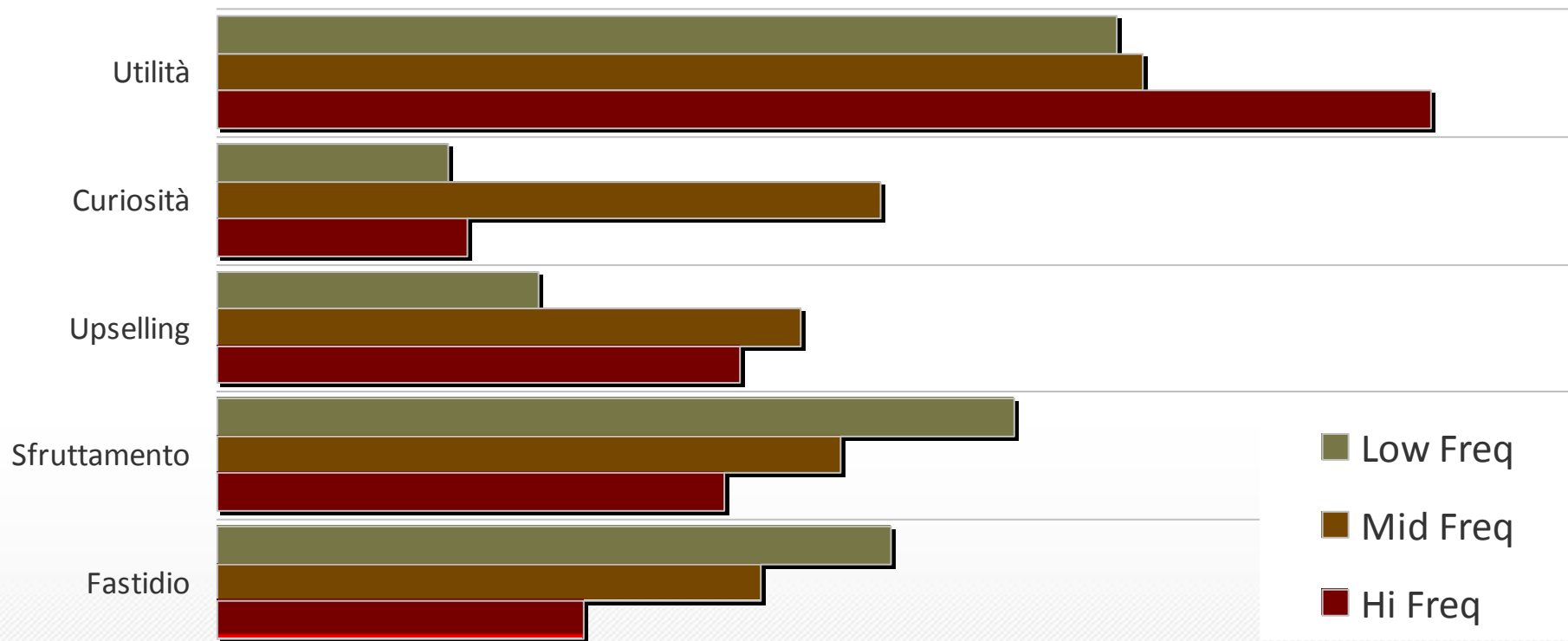


Che effetto ti fa scoprire che un sito di eCommerce conosce i tuoi gusti e le tue ricerche e ti propone dei prodotti che ti potrebbero interessare per un nuovo acquisto?

[Esprimi il tuo giudizio dove 1 = "Per nulla" e 10 = "E' proprio così!"]

Base: rispondenti che si ricordano di aver ricevuto almeno una email con suggerimenti per gli acquisti,

## REAZIONE A COMUNICAZIONI EMAIL PROFILATE SUL COMPORTAMENTO: LA PERCEZIONE DEL 70% CHE LO HA NOTATO



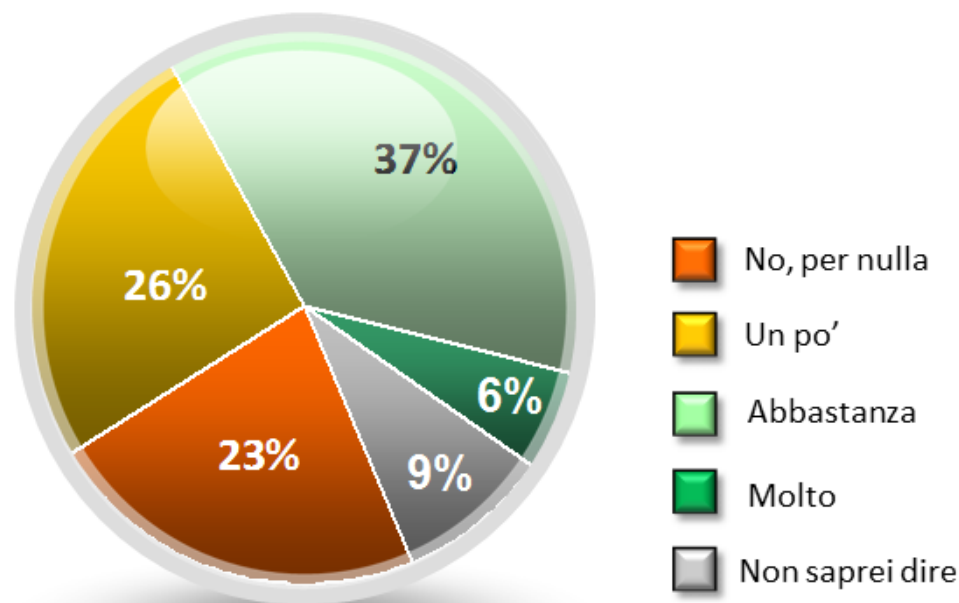
Che effetto ti fa scoprire che un sito di e-Commerce conosce i tuoi gusti e le tue ricerche e ti propone dei prodotti che ti potrebbero interessare per un nuovo acquisto?

[Esprimi il tuo giudizio dove 1 = "Per nulla" e 10 = "E' proprio così!"]

Base: rispondenti che si ricordano di aver ricevuto almeno una email con suggerimenti per gli acquisti,

## PROFILAZIONE PER COMPORTAMENTO

REAZIONI ALL'IPOTESI DI COMUNICAZIONI MIRATE DEL 30% CHE NON LE HA MAI RICEVUTE: TI FAREBBE PIACERE? IL 69% DICE SÌ!

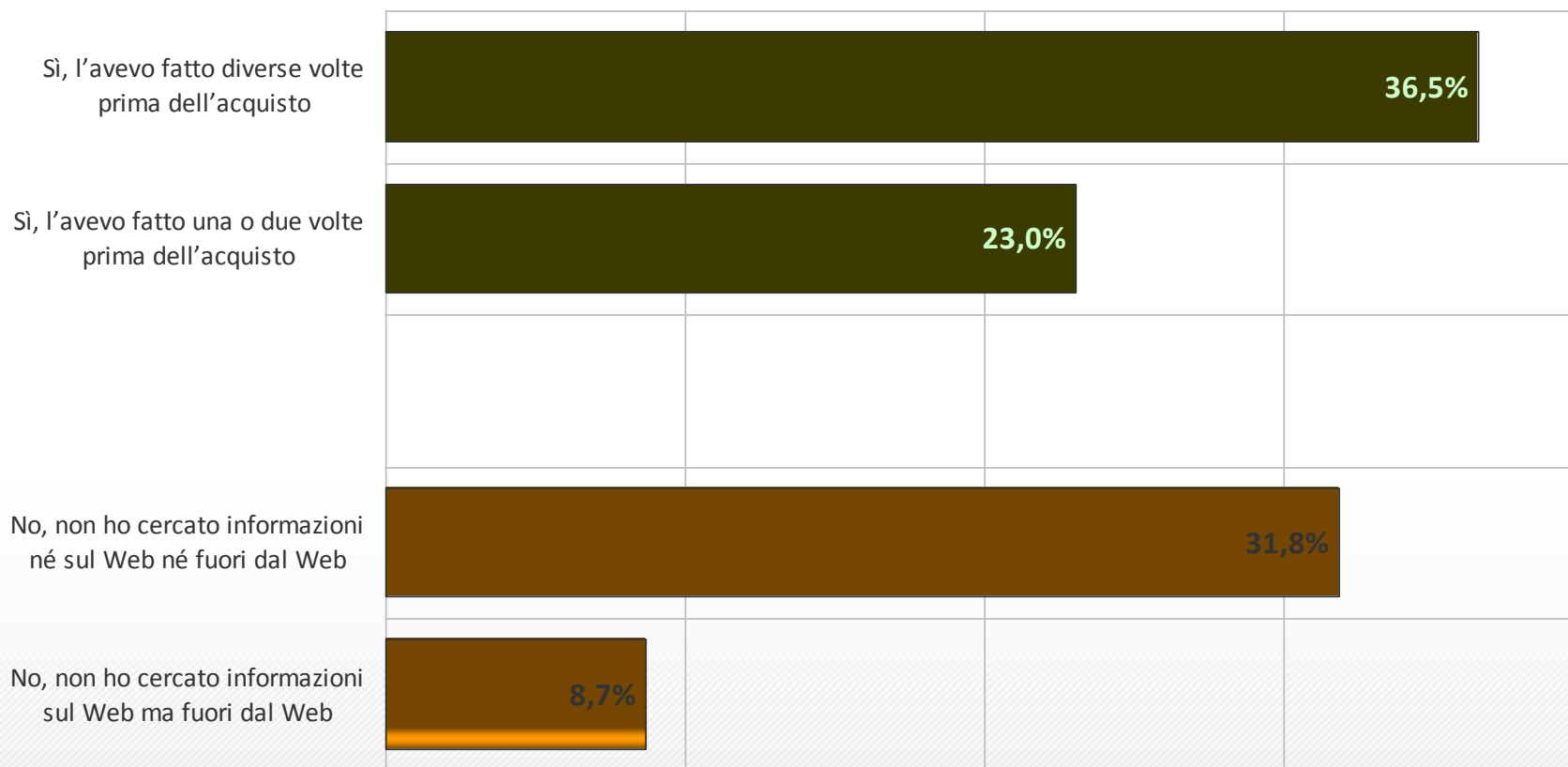


Domanda: Ti piacerebbe ricevere newsletter da un sito di e-Commerce con informazioni e suggerimenti personalizzati in base alle tue preferenze, ai tuoi acquisti precedenti o alle ricerche di prodotti che hai fatto di recente invece di una newsletter generica?

Base: rispondenti che non ricordano di aver ricevuto una email con suggerimenti per gli acquisti,

## IL PARERE DEGLI ALTRI

## IL RICORSO A CONSIGLI DI TERZI PER GLI ACQUISTI SUL WEB PRASSI DICHIARATA NEGLI ACQUISTI ONLINE PER IL 60% DEL PANEL!



Domanda: Prima del tuo ultimo acquisto online avevi cercato sul Web il parere che altre persone hanno espresso su quel prodotto/servizio?

Base: Totale campione, 496 casi

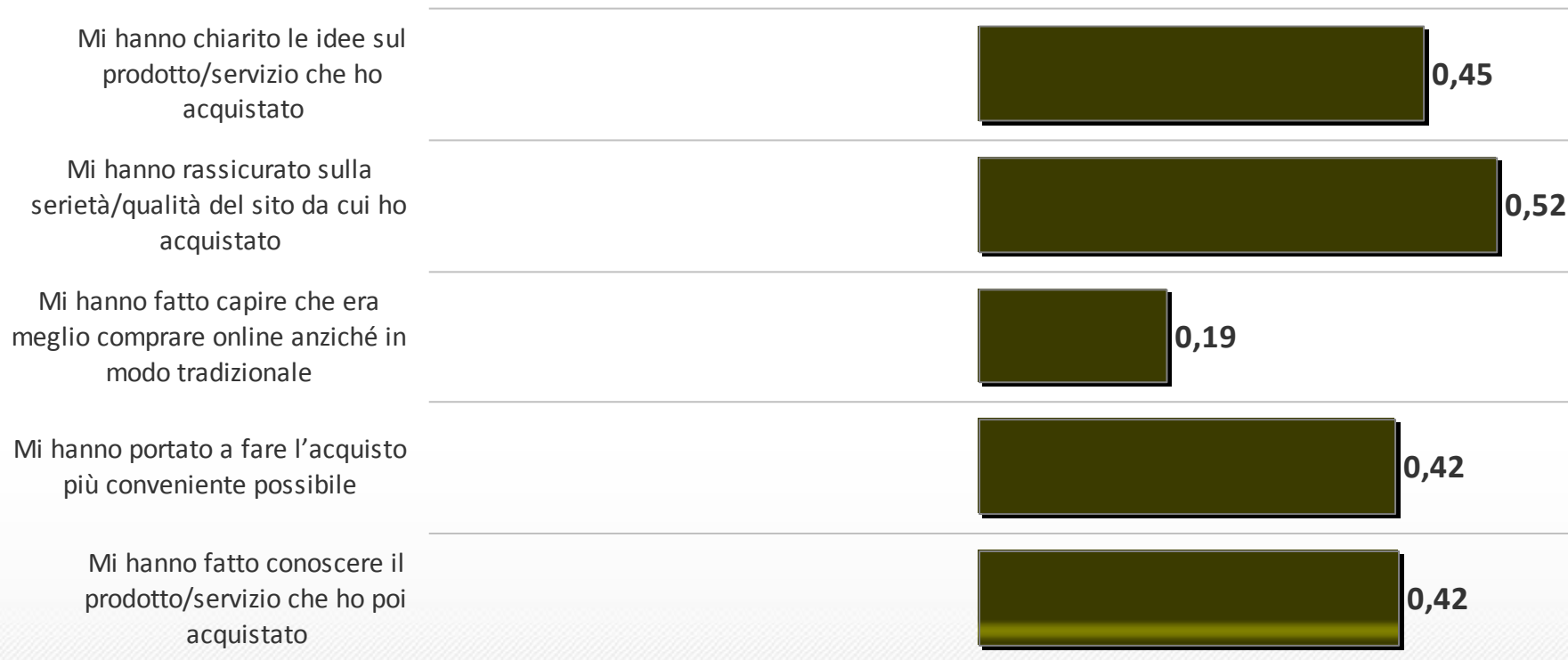
# INFLUENZA DEI CONSIGLI TROVATI SUL WEB

## SCORE DI IMPORTANZA ATTRIBUITA AI DIVERSI ASPETTI

Coloro che ricorrono al Web per acquisire informazioni prima dell'acquisto ottengono benefici di rassicurazione, chiarezza e convenienza

<< Irrilevante

Importante>>



Domanda: Quale impatto hanno avuto i commenti che hai trovato sul Web sulla tua decisione finale relativa al tuo ultimo acquisto online? [Giudica ogni aspetto attribuendo l'importanza che ha avuto per il tuo acquisto online]

Base: rispondenti che hanno cercato informazioni sul Web prima di fare acquisti,

## HIGHLIGHTS

- ❑ I CLIENTI HANNO UNA PERCEZIONE POSITIVA IN TERMINI DI UTILITA' ED EFFICACIA NEI CONFRONTI DEI PROGRAMMI DI EMAIL MARKETING PERSONALIZZATI...
- ❑ ...MA IL 60-70% NON HA MAI NOTATO LE 3 TIPOLOGIE PIU' GRADITE DURANTE LA LORO ESPERIENZA DA CLIENTI ONLINE
  
- ❑ IL 70% DEL PANEL HA NOTATO MESSAGGI BASATI SUL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO O SULLA NAVIGAZIONE CON PERCEZIONE PREVALENTEMENTE POSITIVA
- ❑ DEL 30% CHE NON LI HA NOTATI IL 69% LI RICEVEREBBE CON PIACERE
  
- ❑ IL 60% DEI CLIENTI ONLINE PRIMA DI COMPRARE VERIFICA I PARERI DI ALTRI UTENTI..
- ❑ ..OTTENENDO BENEFICI DI RASSICURAZIONE, CHIAREZZA E CONVENIENZA..
- ❑ ..MA IL 75% DEL PANEL NON HA MAI RICEVUTO UN EMAIL DI RICHIESTA DI FEEDBACK IN SEGUITO A UN ACQUISTO ONLINE



GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE!  
Per qualsiasi domanda o informazione vi aspettiamo al nostro stand

eCircle Srl

Via Pietro Orseolo 12

20144 Milano

Tel. 02 3087 620 – Email [info-it@ecircle.com](mailto:info-it@ecircle.com) – Web [www.ecircle.com](http://www.ecircle.com)

Facebook: eCircle Italia Twitter: @eCircleIT