

Come vendere di più nell'ultimo quadrimestre 2021

La guida con gli appuntamenti da sfruttare per aumentare le vendite



Il COVID-19 ha accelerato l'adozione del digitale, in alcuni casi rendendo necessarie alcune dinamiche già in atto e che saranno decisamente protagoniste dell'ultimo quadrimestre dell'anno 2021. La chiusura di alcune reti fisiche di vendita è stata una spinta decisiva per i consumatori italiani a rivolgersi ad alternative online.

10.467 nuove imprese italiane aperte nel 2020 per il commercio online

Lo scorso anno si stima che abbiano abbassato definitivamente la serranda oltre 390 mila imprese del commercio, contro 85.000 nuove aperture. La crescita delle nuove imprese italiane, per il commercio online, è del 50%, contro il 20% del 2019. Inoltre, l'8,2% delle piccole imprese italiane hanno adottato la soluzione digitale, aprendo un sito e-commerce durante il 2020.

Il +68% della popolazione italiana utilizza i social

Il mercato della pubblicità su queste piattaforme continuerà a crescere nei prossimi anni: se nel 2020 sono stati spesi al mondo 93,5 milioni di dollari (+9% rispetto al 2019), si stima che la crescita per il digital advertising tornerà ad aumentare a doppia cifra nel 2021 (+13%)144. In Italia le persone che utilizzano i social media sono 41 milioni (il 68% della popolazione), con un incremento del 5,7% rispetto allo scorso anno.

40% delle imprese italiane considerano Facebook come canale molto efficace

Le aziende e-commerce italiane continuano a considerare Facebook come il social media più efficace del 2020. Il 40% lo considerano Molto efficace, mentre il 39% Abbastanza efficace. L'evidenza vede lo spostamento di interesse e budget da parte dei responsabili e-commerce italiani verso social più performanti come Instagram, che resta stabile rispetto all'anno scorso nell'indice di soddisfazione, al 40% (e raggiunge Facebook), è il canale che ha visto più aperture nel corso del 2020 dalle aziende italiane.

75% delle persone che hanno acquistato nel 2020 lo hanno fatto per la prima volta

Nel 2020 si stima siano circa due milioni di nuovi consumatori che hanno interagito con le vetrine digitali e il 75% di chi ha comprato online a marzo non lo aveva mai fatto prima.

Back to school / Rientro a scuola

 **Settembre**

Dopo un'esperienza diversa dello shopping back-to-school 2020, i consumatori celebrano il rientro alle lezioni in aula. Per l'acquisto dei prodotti di Elettronica di consumo è previsto un aumento del 37% nel 2021, del 42% per articoli correlati a Covid-19 - come: salviette umidificate, disinfettanti per le mani e arredamento per didattica a distanza - e del 2% per le forniture tradizionali per il rientro a scuola.

Il 56% delle ricerche online di materiale scolastico avviene a settembre



Trend & Consumatori

Un recente sondaggio condotto da una delle più importanti agenzie di statistiche, Deloitte, ha rilevato che già da luglio hanno iniziato ad effettuare ricerche e i primi acquisti di materiale scolastico per il rientro a scuola, attribuendo questo anticipo in quanto i consumatori sono ancora preoccupati per la carenza di prodotti sulla scia del Covid-19.

Principali categorie d'acquisto

Elettronica di consumo, abbigliamento bambini e ragazzi, articoli di cartoleria, cancelleria e articoli per l'igiene correlati a Covid-19.

Come raggiungere i tuoi clienti

Rivolgi le tue campagne a segmenti di pubblico in market che stanno cercando materiale scolastico e affini. In più utilizza i dati demografici per coinvolgere il pubblico chiave, come genitori, insegnanti e studenti. Se hai un negozio fisico e non vendi online, sfrutta le potenzialità di attività pubblicitarie geo localizzate nella tua zona per portare i clienti a comprare i tuoi prodotti / servizi in negozio.

Attività consigliate

Campagne Google Ads, Campagne Facebook Ads, Local Advertising e Drive To Store.

Single Day / Festa dei single

 **11 Novembre**

Il Singles Day ha origini cinesi e si festeggia il giorno 11 di novembre. L'iniziativa si è diffusa a livello mondiale e ha dato vita a una serie di eventi totalmente off-limits alle coppie: feste, party, serate, aperitivi e tanto altro assolutamente riservati ai single incalliti! Avevamo posto l'attenzione su questa ricorrenza già lo scorso anno segnalandola come possibile occasione per aumentare gli acquisti: i dati oggi ci confermano che in Italia l'11 novembre 2020 i single si sono concessi 24h di shopping sfrenato per coccolarsi e farsi dei regali a prezzi ridotti.

24h di shopping sfrenato



che si concedono i single per coccolarsi e farsi dei regali a prezzi ridotti.



Trend & Consumatori

In Italia i single rappresentano il 33% della popolazione nazionale e lo scorso anno gli sconti per la festa dei single si sono attestati tra il 20% e il 40% con oltre il 90% degli acquisti effettuati da dispositivi mobile. Secondo alcune statistiche internazionali, durante la giornata dei single del 2020 sono stati evidenziati picchi di vendita dell'111% in Francia, 89% Norvegia, 68% Italia e 43% Germania.

Principali categorie d'acquisto

Moda e abbigliamento, prodotti di bellezza, articoli per la casa e giardino, elettronica di consumo, vacanze, corsi e formazione online.

Come raggiungere i tuoi clienti

Raggiungi i tuoi clienti con un mix di campagne digital marketing push e pull: concentrati sugli acquirenti attivi che sono già in cerca di regali per la propria soddisfazione personale con promozioni a loro dedicate e attira i consumatori passivi verso i tuoi prodotti e servizi utilizzando il bisogno di auto gratificazione come leva per aumentare le tue vendite e la brand awareness.

Attività consigliate

Campagne Google Ads, Campagne Facebook Ads, Local Advertising, E-mail Marketing.

Lo sai che...

gli strumenti di promozione online ti aiutano a trasformare i visitatori in clienti



+50.54 mil

Utenti attivi online, ovvero circa l'83,7% della popolazione italiana



+26%

Oltre 22.696 milioni di euro spesi dagli italiani durante il 2020



+67%

I clienti abituali spendono il 67% di più rispetto ai nuovi clienti

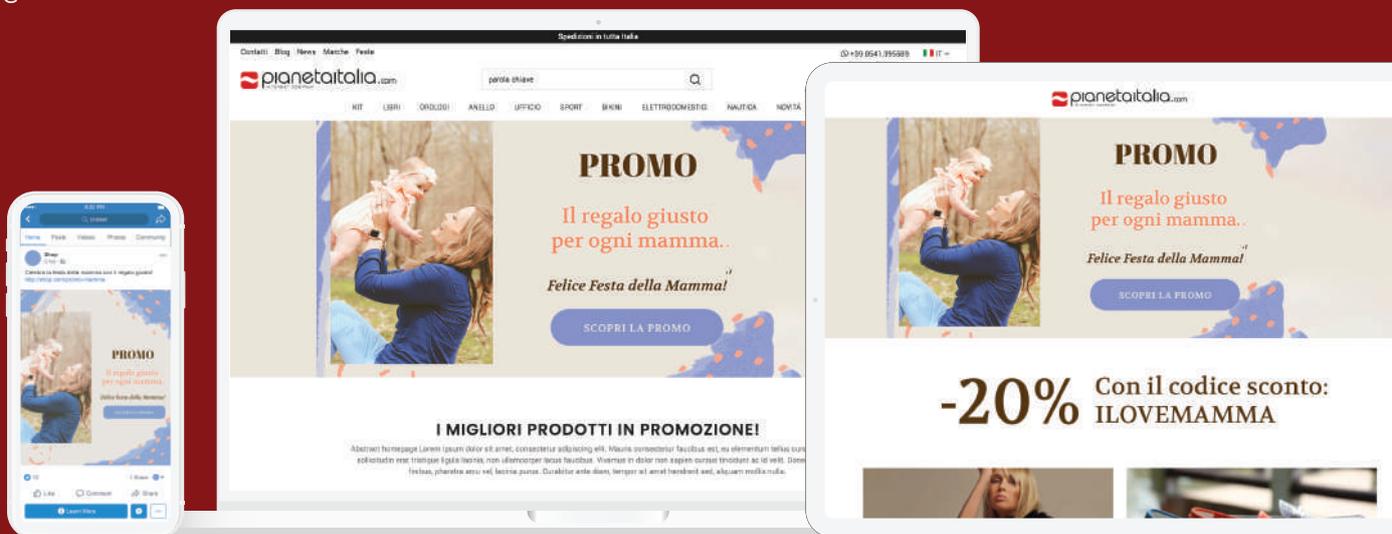
Cosa faremo?

Inserzioni pubblicitarie per:

- + Facebook
- + Instagram
- + WhatsApp Business
- + Pinterest
- + Google
- + Bing

Attività strategica e operativa di e-mail marketing

Creazione materiale grafico



Come lo faremo?



Pubblico

Definizione del pubblico interessato, in base alle visite e alle persone a cui interessano il tuo prodotto



Creatività

Realizzazione e aggiornamento delle immagini utilizzate nelle varie campagne, in linea con le esigenze della piattaforma



Budget

Ottimizzazione delle spese per poter garantire il miglior costo per conversione

Servizi consigliati di Pianetaitalia.com



Digital Marketing



E-mail Marketing



Pacchetto grafico



Creazione e-commerce



Creazione siti istituzionali



RICHIEDI ora

l'attivazione dei servizi che preferisci

commerciale@pianetaitalia.com

CONTATTACI ora

per un preventivo gratuito

commerciale@pianetaitalia.com

Black Friday & Cyber Monday

 **27 – 31 Novembre**

Il venerdì nero è una ricorrenza sempre più importante in tutto il mondo per grandi e piccole aziende che auspicano a incrementare le proprie vendite nei mesi che precedono il picco della stagione natalizia. Il Cyber Monday, il lunedì successivo al Black Friday, sancisce la chiusura di questo periodo con una svendita a prezzi ribassati degli ultimi articoli rimasti in magazzino.

Il 62% dei consumatori ha comprato articoli natalizi



Intervistati in Italia durante un evento di mega offerte (come il Black Friday, la festa dei single, ecc.).



Trend & Consumatori

A causa dell'impatto del COVID-19 sulle famiglie e i loro risparmi, le persone saranno più sensibili ai prezzi e ricorreranno all'e-commerce per evitare i negozi affollati. Queste due giornate promozionali sono dati importanti per l'80% degli italiani che fanno acquisti per Natale, con il 28% degli acquisti natalizi completato dopo la settimana del Black Friday e del Cyber Monday. Secondo alcuni dati statistici, le ricerche online sono aumentate in Italia del +25% nella giornata del Black Friday 2020.

Principali categorie d'acquisto

Elettronica di consumo, moda e abbigliamento, accessori per la casa e servizi educativi.

Come raggiungere i tuoi clienti

Combina più strategie sui segmenti di pubblico per sfruttare al massimo il Black Friday. Raggiungi determinati gruppi demografici come gli amanti della tecnologia e i cacciatori di offerte, creando al contempo un elenco per il remarketing dei precedenti visitatori e ottimizzando le offerte di acquisto per coinvolgere di nuovo i tuoi clienti più redditizi.

Strumenti di marketing consigliati

Campagne Customer Match, Re-marketing, Google Shopping Smart Ads.

Shopping natalizio

 **Dicembre**

Il maggior numero di acquisti si registra nei giorni a ridosso di Natale e nei giorni successivi approfittando dei saldi dopo il periodo delle feste. In seguito alla pandemia e al conseguente spostamento online (di rivenditori e consumatori) il primo trimestre del 2021 ha registrato un significativo aumento degli acquisti, stimolato dalle attività promozionali effettuate durante le festività natalizie del 2020.

Il 59% degli acquisti natalizi avviene da smartphone

da parte dei consumatori italiani.⁵



Trend & Consumatori

Sebbene il COVID-19 abbia sconvolto le nostre vite, le persone sono sempre più aperte a provare nuovi prodotti e servizi. Questo Natale, le persone probabilmente saranno ancora più ricettive. Il 64% dei consumatori a livello globale, che acquista nel periodo natalizio, afferma di cercare nuovi prodotti maggiormente durante la stagione dello shopping che nel resto dell'anno. Il prezzo è senz'altro un fattore determinante, ma anche la qualità e la sicurezza non sono da meno.

Principali categorie d'acquisto

Moda e abbigliamento, giocattoli e videogiochi, prodotti di bellezza, oggettistica per la casa, bevande e alimentari.

Come raggiungere i tuoi clienti

Applica le strategie sui segmenti di pubblico per gli eventi stagionali per raggiungere quelle categorie chiave come regali e occasioni, vendite natalizie, stagionali e post-natalizie.

Attività consigliate

Campagne Google Ads, Re-marketing, Shopping.

Bibliografia

Think with Google

Google Report Mobile

Istat – Istituto Nazionale di Statistica

Telemaco, Sportello telematico per l'accesso al Registro Imprese, Infocamere, 2021

Share of OOH adv spending in Italy, Statista, 2021

Facebook IQ “Facebook Seasonal Holidays Study”

Osservatorio B2C del Politecnico di Milano

Artigianalità digitale



Certificati Google Partner

Certificati dal 2002 per le campagne Google Ads (Search, Mobile, Display e Shopping) e Google Analytics.



Vincitori Google Summit

Tra le 10 agenzie Digital Marketing italiane essere state premiate da Google e ospitate al Google Summit San Francisco.



1 Squadra x 10 professionisti

Un team di professionisti web a tua disposizione pronto a consigliare le migliori tecnologie digitali.

Iniziamo un progetto insieme?

CONTATTACI



hello@planetaitalia.com



+39 0541.395589



via Macanno, 67- 47924, Rimini

PORTALE

LE NOSTRE PIATTAFORME

CERTIFICAZIONI

