



I NUOVI COMPORTAMENTI DIGITALI

Come le recensioni orientano
le scelte di acquisto

www.feedaty.com

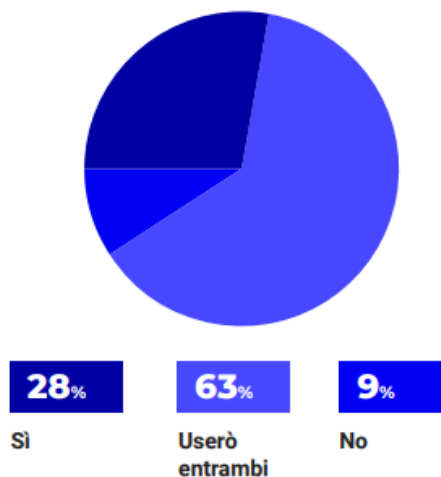
Come è cambiato il comportamento dei consumatori negli ultimi due anni

A due anni dall'inizio della pandemia da COVID-19 possiamo osservare ciò che è rimasto invariato nella propensione ai consumi online e ciò che è cambiato, manifestandosi in una evoluzione in termini di preferenze, consapevolezza, personalizzazione dell'esperienza di acquisto.

Uno studio del maggio 2020 (Kameleoon e Widerfunnel/Go Group Digital), condotto con l'obiettivo di comprendere la relazione fra consumatori e aziende alla luce degli allora recenti cambiamenti, individua un'alta percentuale di consumatori coinvolti nell'indagine (63%) che afferma di voler continuare a utilizzare per i propri acquisti sia il canale del negozio fisico sia quello online anche dopo la crisi.

CONSUMATORI PASSATI AL DIGITAL A CAUSA DELLA CRISI

Continuerai a usare i canali digital o ritornerai all'offline a emergenza finita?



Fonte: Kameleoon e Widerfunnel/Go Group Digital

Se prima del lockdown ad acquistare online era il 70% degli italiani, successivamente si è registrata un'altissima propensione - il 91% degli intervistati in totale - a continuare a farlo anche dopo la fine della pandemia.

Con il costante interesse manifestato da sempre più consumatori per gli acquisti online e con la consapevolezza di ormai radicate abitudini di acquisto sono diventate necessarie nuove azioni e strategie di

awareness brand identity costruzione della reputazione

La reputazione basata sulle recensioni assume quindi un ruolo centrale e deve essere attentamente controllata e monitorata dalle aziende

Feedaty UGC

Aiuta i tuoi clienti a produrre contenuti sulla tua azienda per far conoscere e crescere il tuo business



Scarpe da Corsa per atleti



4.5 /5

94 recensioni



«Le scarpe sono comodissime! Compatte e affidabili, le uso tutti i giorni. Calzano perfette e mi consentono di correre anche 2 o 3 ore di fila senza problemi»

Nella crescente interdipendenza tra i canali offline e online è diventata imprescindibile la necessità di alimentare

word of mouth brand awareness dialogo tra aziende e consumatori

La reputazione da sola non basta,
deve essere visibile e raccontata su tutti i canali disponibili

Feedaty Reputation Manager

Invita i tuoi clienti a
scrivere recensioni su
portali liberi
o community



L'approccio omnichannel

La necessità di un **approccio omnichannel** è condiviso dall'83% delle aziende italiane. Tuttavia, meno del 10% ha realmente implementato una propria strategia.



“ *Il consumatore si muove in chiave crosscanale, vuole immediatezza, risposte rapide* ”

Omar Fogliadini, managing partner Life Data

Il crescente orientamento alla sostenibilità e al localismo nelle vendite al dettaglio - negozi di quartiere - insieme alla propensione a effettuare acquisti online del

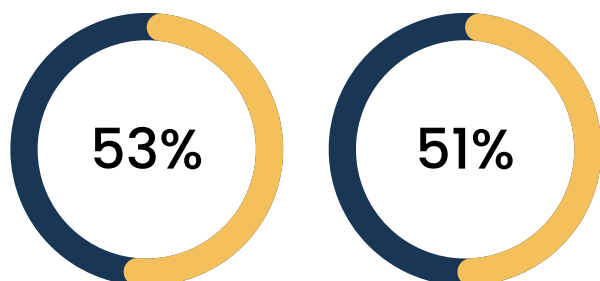
consumatore omnicanale tipo

allarga la via verso una ridefinizione degli approcci e dei modelli di business

“ *Le piccole imprese, grazie al click & collect possono coniugare commercio online e prossimità con un legame social con i clienti* ”

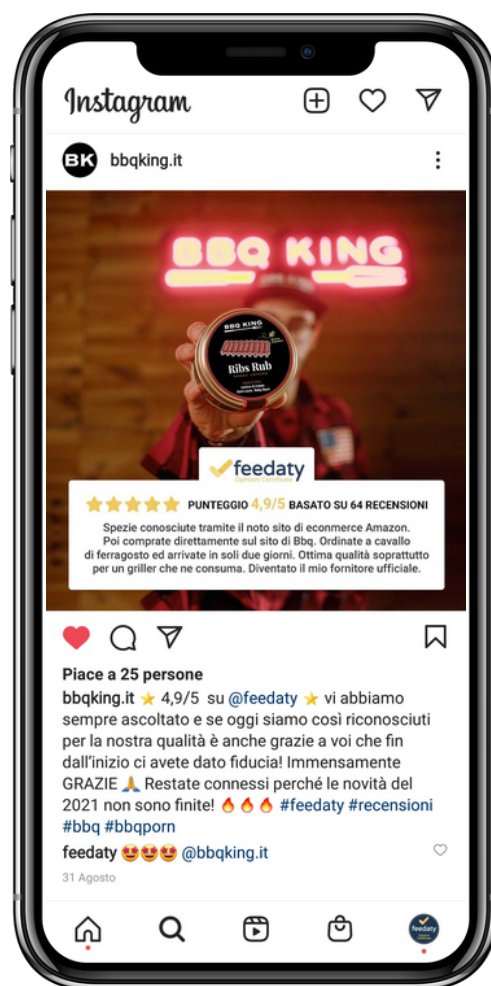
Roberto Liscia, Presidente Consorzio Netcomm

Il 53% dei giovani tra 16 e 24 anni usa i social media per trovare un brand, mentre il 51% si affida ai motori di ricerca.



Feedaty Social Tool

- mostra le recensioni sui canali social
- ispira i tuoi follower
- promuovi il tuo brand



Mostra le tue recensioni su Instagram, Facebook e nell'email marketing per aumentare i followers e i futuri clienti: più persone parlano bene della tua azienda, più persone ne saranno attratte.

Quello che il consumatore si aspetta sempre di più è
un customer journey personalizzato
in grado di soddisfare esigenze specifiche

I brand italiani offrono l'esperienza personalizzata di cui hai bisogno?



Dalla delusione per la risposta dei brand alla situazione generale si è passati a una maggiore consapevolezza delle aziende in merito alle azioni cardine da attuare in risposta alle necessità di gruppi eterogenei per composizione demografica e abitudini di acquisto.

Fonte: Kameleoon e Widerfunnel/Go Group Digital

Il cliente si comporta come un attento opinionista e spesso come un vigilante delle buone pratiche delle aziende e si aspetta di essere in qualche modo guidato nel processo di acquisto.

Feedaty Q&A

Aumenta l'engagement creando conversazioni con i tuoi clienti:

- fai crescere le conversioni
- riduci i resi



Raccogli le domande dei tuoi clienti e fornisci loro le risposte per risolvere ogni dubbio prima dell'acquisto, migliora le conversioni del tuo sito web e riduci il rischio di incomprensioni, aspettative errate e resi

Ogni attività deve essere controllata in modo attento, ogni azienda deve sempre avere presenti dati e metriche misurabili, per poter riconoscere velocemente eventuali criticità e per poter sfruttare al meglio i propri punti di forza

Feedaty Analytics

Controlla l'andamento delle tue recensioni grazie agli strumenti di analisi offerti da Feedaty



Con Feedaty hai a disposizione tutti gli strumenti per monitorare la reputazione della tua azienda, analizzare cosa è più importante per i tuoi clienti e migliorare le tue performance di vendite.



success@feedaty.com