29 gennaio 2015 19:12

ITALIA: Smartphone e suo uso. Ricerca Politecnico Milano

Tre navigatori via Smartphone su 4 lo utilizzano all'interno del processo d'acquisto, per informarsi dentro e fuori i punti vendita. Lo sostiene una ricerca dell'Osservatorio Mobile Marketing & Service del Politecnico di Milano. Tra le attività più frequenti via Mobile prima dell'acquisto: raccolta di informazioni (66%), confronto prezzi (66%), confronto tra alternative di prodotto (63%), ricerca delle promozioni (56%).
Le aziende sono sempre più consapevoli che il Mobile sia un touchpoint necessario nelle strategie di relazione e fidelizzazione dei consumatori.
Crescono quindi gli investimenti e l'attenzione anche dei vertici aziendali.
Nel 2014 il mercato Mobile Advertising è cresciuto del 48% e ha superato i 300 milioni di euro, pari al 15% dell'Internet Advertising. Sono in media 15 milioni i cosiddetti Mobile Surfer giornalieri, ovvero gli italiani connessi a Internet ogni giorno da Smartphone. Se si considera anche l'utilizzo del tablet, il numero di coloro che accedono alla rete da device mobili raggiunge i 16,4 milioni. Gli italiani passano sempre più tempo a navigare sullo Smartphone, precisamente 90 minuti al giorno a fronte dei 70 spesi davanti al monitor di un Pc. La dominanza dello Smartphone sul Pc e? ancora maggiore se si considerano le fasce d'età più giovani; in particolare i 18-24enni trascorrono oltre 2 ore al giorno navigando da Smartphone e, soprattutto, il 60% di questi utilizza nel giorno medio esclusivamente tale device (contro una media complessiva del 38%).
L'utilizzo del Mobile tra i consumatori è significativo anche all'interno del processo d'acquisto: oltre tre quarti dei Mobile Surfer, infatti, usa lo Smartphone in almeno una delle fasi (pre-vendita, vendita, post-vendita). In particolare, il 58% dei Mobile Surfer lo usa fuori dal negozio e il 41% direttamente dentro il punto vendita; le due attività prevalenti sono la ricerca di informazioni sui prodotti da acquistare e il confronto prezzi. Il 18% impiega lo Smartphone per attività a seguito dell'acquisto: tra quelle più frequenti ci sono il monitoraggio della spedizione e la pubblicazione dei commenti sul prodotto. E' il settore dell'elettronica di consumo quello dove si registra la percentuale più alta di utenti che utilizzano lo Smartphone nel processo d'acquisto: il 60% dei Mobile Surfer contro il 48% del mondo Abbigliamento e Accessori e il 29% della GdO
Grocer. Sono molte anche le applicazioni dei brand scaricate dagli utenti.
Nella top 5 dei settori della app brandizzate più scaricate figura al primo posto Banche e/o assicurazioni, al secondo Trasporti e Viaggi e al terzo Telecomunicazioni. Seguono, ai piedi del podio Negozi del mondo dell'elettronica e Abbigliamento. Per quanto riguarda il volantino, i numeri parlano già da soli: sono circa 5 milioni gli italiani che sfogliano volantini digitali, di cui il 50% lo fa esclusivamente via Mobile e circa tre quarti dei Retailer Grocery hanno già inserito il volantino nella propria Mobile app.
Anche sul Mobile Couponing si riscontra un interesse altissimo da parte dei consumatori: l'88% dei Mobile Surfer si dice, infatti, molto interessato a usarli. L'Sms si conferma una piattaforma efficace per l'invio di promozioni e comunicazioni di servizio ai propri clienti; anche nel 2014 sono cresciuti (del 17%) i volumi di Sms inviati dalle imprese ai propri database clienti, che sono arrivati a superare i 2,6 miliardi.