



Data: 29 gennaio 2023

Luogo: Milano

#### Comunicato Stampa

### **Dalle applicazioni all'UGC: le 10 tendenze e-commerce del 2024 secondo Payplug**

*Per anticipare le tendenze e le nuove opportunità della vendita online, **Payplug ha analizzato i trend dell'e-commerce che caratterizzeranno il 2024**: dalle applicazioni ai contenuti generati dagli utenti (o UGC), passando per l'intelligenza artificiale e il Quick Commerce.*

Il panorama dell'e-commerce in continua evoluzione spinge gli esercenti a una formazione e informazione costante per poter migliorare il proprio business e attuare le migliori strategie di vendita e fidelizzazione dei propri clienti.

Come sempre a fianco degli esercenti, Payplug, la soluzione di pagamento omnicanale per PMI, grandi aziende e fintech, ha stilato in 10 punti le [tendenze da conoscere assolutamente](#) per questo nuovo anno 2024, per poter affrontare al meglio le sfide che si presentano con gli strumenti giusti ed efficaci.

#### **1. Le applicazioni, un vantaggio per la conversione**

Nel 2023, il traffico web mobile rappresenta il 60% in Italia<sup>1</sup>. Per migliorare l'esperienza del cliente, l'adozione di applicazioni native o Progressive Web Apps (PWA) diventa fondamentale. Queste ultime consentono l'invio di notifiche push, un fattore chiave nella conversione degli acquisti.

Secondo Shoppy, c'è una probabilità 3 volte maggiore che un consumatore finalizzi un acquisto tramite un'applicazione mobile<sup>2</sup>.

#### **2. Il Quick Commerce**

Il Quick Commerce (Q-commerce), che offre consegne entro il giorno o addirittura nell'ora, diventa sempre più popolare. Si prevede che entro il 2028, 5,3 milioni di consumatori in Italia utilizzeranno servizi Q-commerce<sup>1</sup>. I rivenditori devono adattare le loro modalità di consegna e ottimizzare la logistica di conseguenza.

#### **3. L'UGC**

Il User Generated Content (UGC), già utilizzato principalmente nei Social Ads, diventa essenziale per rassicurare i consumatori lungo il percorso d'acquisto. Nel 2024, i rivenditori dovrebbero integrare i contenuti creati dai clienti nelle schede prodotto, nelle e-mail e sul sito per aumentare le conversioni.

Secondo TINT (TINT - 2023), l'80% dei consumatori preferisce vedere foto reali di altri clienti rispetto a immagini di banche dati<sup>3</sup>.

#### **4. Il fenomeno ROPO**

Nel 2024, la tendenza del ROPO (Research Online and Purchase Offline) guadagnerà forza, con il 40% dei consumatori italiani che ricerca prodotti online prima di acquistarli in negozio <sup>4</sup>. Per capitalizzare su queste opportunità di vendita, i marchi devono adottare un approccio omnicanale.

#### **5. L'intelligenza artificiale**

Il 58% dei rivenditori utilizza l'IA generativa per creare elementi creativi per pubblicità, e-mail, social media e siti web <sup>5</sup>. Nel 2024, l'IA sarà fondamentale per ottimizzare l'esperienza clienti, creare visivi prodotto e evitare le ruptures de stocks.

Il 92% dei rivenditori dichiara di investire sempre di più nell'IA per migliorare l'esperienza client <sup>5</sup>.

#### **6. L'iper personalizzazione dei percorsi d'acquisto**

L'annuncio dell'arresto dei cookies di terze parti da parte di Google nel 2024 spinge i proprietari di siti a utilizzare dati interni per comprendere i comportamenti degli utenti. Il machine learning sarà fondamentale per personalizzare l'esperienza d'acquisto, con il 59% dei consumatori che ritiene che le aziende dovrebbero utilizzare i dati raccolti per personalizzare l'esperienza <sup>6</sup>.

#### **7. L'abbonamento, un vettore di fidelizzazione**

Il 57% degli italiani prevede di sottoscrivere un abbonamento entro il 2025<sup>7</sup>. Questo sistema offre praticità, economia e flessibilità per gli acquisti ricorrenti, mentre le marche assicurano un flusso di entrate regolare e aumentano la fedeltà dei clienti nel lungo termine.

#### **8. L'internazionalizzazione delle PMI**

Nel 2024, il 79% delle PMI prevede di vendere all'estero e circa il 72% dei consumatori è disposto a acquistare prodotti da aziende situate in altri paesi<sup>8</sup>. Per sfruttare queste opportunità di vendita, i marchi devono adattare i loro percorsi d'acquisto offrendo metodi di pagamento locali, come Satispay e MyBank in Italia.

Queste tendenze delineano il futuro dinamico dell'e-commerce in Italia, con nuove sfide e opportunità per i rivenditori online. Per rimanere competitivi, è essenziale adottare strategie innovative e abbracciare le evoluzioni del mercato.

#### **9. I social network, nuovo motore di ricerca**

I giovani consumatori preferiscono sempre più i social media per le loro ricerche quotidiane, con il 24% degli utenti tra i 18 e i 54 anni che si rivolgono prima ai social per cercare i brands<sup>9</sup>.



Gli e-commerce dovrebbero creare contenuti adatti a queste piattaforme per guidare i consumatori nei loro acquisti.

## **10. L'e-commerce eco-responsabile, una sfida sempre più centrale**

I brand devono intensificare gli sforzi per inserire la responsabilità sociale d'impresa (RSE) al centro delle loro preoccupazioni. Iniziative per ridurre l'impatto ambientale, come circuiti corti, imballaggi riutilizzabili e modalità di consegna sostenibili, diventeranno un criterio chiave nelle decisioni d'acquisto dei consumatori.

\*\*\*

### **Chi è Payplug**

Payplug è la soluzione di pagamento con carte di credito online e omnicanale per PMI, grandi aziende e fintech. Con oltre 400 collaboratori, la società accompagna 17.000 esercenti in tutta Europa, tra cui importanti brand italiani come Melluso e Ducati Milano, e grandi gruppi come Veepee. Dal 2022 Payplug fa parte di BPCE Digital Payments, il nuovo dipartimento dedicato alle competenze in materia di pagamenti, digitale e dati.

### **Ufficio Stampa Payplug**

Annalisa Dondi | +33 7 66 52 44 84 | [adondi@payplug.com](mailto:adondi@payplug.com)

---

<sup>1</sup> Statista - 2023

<sup>2</sup> Shoppy - 2023

<sup>3</sup> TINT - 2023

<sup>4</sup> Netcomm - 2023

<sup>5</sup> Salesforce - 2023

<sup>6</sup> Zendesk - 2023

<sup>7</sup> Zuora-Deloitte - 2022

<sup>8</sup> Visa - 2023

<sup>9</sup> Hubspot - 2023