

IBM prevede uno shopping natalizio da record tramite dispositivi mobili dato che i consumatori navigano e acquistano mentre sono in movimento

i prevede un aumento del 15% delle vendite on-line nei primi cinque giorni dedicati allo shopping natalizio

Per la prima volta, nel Giorno del Ringraziamento più della metà di tutto lo shopping on-line verrà effettuato attraverso un dispositivo mobile

Apple iOS genererà il doppio del traffico mobile rispetto ad Android, pari a quattro volte le vendite

Milano, Italia - 25 nov 2014: IBM ([NYSE: IBM](#)) ha annunciato le sue previsioni relative allo shopping natalizio 2014, basandosi su miliardi di transazioni *on-line* e *in-store* analizzate dall'[IBM Digital Analytics Benchmark](#) e dall'IBM Quarterly Retail Forecast. IBM prevede un'altra stagione di grande shopping con un aumento stimato delle vendite on-line pari al 15% nei cinque giorni compresi tra il Giorno del Ringraziamento e il Cyber Monday. Il maggiore aumento nelle vendite *on-line* è previsto durante il Cyber Monday, con una crescita stimata pari al 15,8%, seguito dal Giorno del Ringraziamento con un aumento previsto pari al 15,6%. Ancora comunemente considerato come il giorno di punta per lo shopping in negozio, nel Black Friday si prevede un aumento delle vendite on-line pari al 13% dato che i consumatori trovano i migliori affari non solo camminando per le strade, ma anche digitando sulla tastiera.

Si prevede che la navigazione via [mobile](#), elemento principale della crescita on-line, rappresenti il 48,2% di tutto il traffico on-line in questi giorni, un aumento del 23% rispetto allo scorso anno. E' Previsto inoltre un aumento anche delle vendite via mobile, in una percentuale pari al 24,4% rispetto a tutte le vendite on-line, un incremento superiore al 9,5% su base annua. Il dominio di Apple nelle esperienze di shopping su mobile ci si attende continui con il traffico dei dispositivi iOS che raddoppierà rispetto a quello dei dispositivi Android con un aumento delle vendite pari a quattro volte.

Queste previsioni si basano su dati storici di tendenza e su dati desunti in tempo reale dall'analisi di centinaia di siti web americani di vendita al dettaglio. Le informazioni relative allo shopping on-line che ne sono derivate, sono basate sull'IBM Digital Analytics Benchmark che, nel suo settimo anno di reporting natalizio, segue l'andamento di più di 370 indicatori di *performance*, aiuta i dettaglianti e i rivenditori a confrontarsi con i colleghi del settore portando a una partecipazione dei consumatori più mirata.

Altre previsioni relative allo shopping natalizio americano di quest'anno comprendono:

- **Il mobile come nuova tradizione del Giorno del Ringraziamento¹.** Per la prima volta in assoluto, IBM prevede che più della metà di tutto lo shopping on-line del Giorno del Ringraziamento, circa il 53%, avverrà attraverso un dispositivo mobile, percentuale superiore al 23% anno su anno. Si prevede anche una crescita delle vendite via mobile, che raggiungeranno il 28% di tutte le vendite on-line del Giorno del Ringraziamento, un aumento superiore al 9% rispetto al 2013.
- **Più coupon digitali, maggiori risparmi per i consumatori¹.** Dato che i consumatori assumono sempre più confidenza con i coupon digitali, IBM prevede che, questo Natale, gli acquirenti risparmieranno

sfruttando le occasioni on-line. Durante questi cinque giorni, i consumatori spenderanno in media 123,28 dollari per ordini on-line, una diminuzione del 2,9% rispetto al 2013. Nel contempo, il numero medio di articoli che figurano in questi acquisti sarà di 4,4 articoli per ordine, con un aumento del 17% su base annua.

- **Il regalo dei dettaglianti: meno spam²** IBM prevede un tasso di clic per le e-mail inviate durante i cinque giorni di shopping natalizio superiore al 10% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, grazie alle informazioni generate dall'approccio orientato ai dati, che consente ai rivenditori di offrire promozioni personalizzate. Inoltre, il 35% di tutti i clic avverrà attraverso dispositivi mobile. Il volume di e-mail più elevato è previsto per il Cyber Monday.
- **Si naviga con gli smartphone, ma si acquista con i tablet.** Nei cinque giorni di shopping, gli smartphone continueranno a essere leader nella navigazione mobile, costituendo il 29% di tutto il traffico on-line, rispetto al 15% dei tablet. Tuttavia, secondo le previsioni di IBM, con i tablet si effettuerà il doppio degli acquisti via mobile rispetto agli smartphone, grazie al loro schermo più grande.
- **Aumento delle vendite presso i negozi guidato dal settore salute e bellezza³**. Il settore al dettaglio può attendersi cospicue vendite natalizie presso i punti vendita con una crescita prevista pari al 4% nei periodi di shopping di novembre e dicembre. Ci si attende un aumento delle vendite nel settore salute e bellezza rispettivamente del 4,2 e del 4,7%, seguito dall'abbigliamento femminile al 2,61%.

"Senza dubbio, sarà una buona stagione per lo shopping natalizio supportata dalla potenza dei **Big Data e dell'analitica**, che aiutano i *brand* a comprendere meglio i consumatori e a prendere decisioni importanti in tempo reale", afferma Jay Henderson, Director of Strategy, IBM ExperienceOne. "Indipendentemente dal settore o dal periodo dell'anno, i dati che l'IBM Digital Analytics Benchmark fornisce, sono un esempio del tipo di analytics e di tecnologie basate su **cloud** sui quali i *brand* competitivi fanno affidamento per migliorare il coinvolgimento dei consumatori e la *performance* globale".

Le informazioni ottenute tramite l'IBM Digital Analytics Benchmark e l'IBM Retail Quarterly Forecast offrono ai dettaglianti e ai professionisti del marketing accesso a informazioni guidate da dati, atte a generare un coinvolgimento della clientela più mirato e personalizzato.

Per saperne di più su come gli analytics di IBM erogati via cloud siano in grado di migliorare il coinvolgimento *end-to-end* della clientela, visitate il sito www.ibm.com/ExperienceOne.

Per partecipare al dibattito, seguite hashtag #smartercommerce su Twitter. Rimanete aggiornati sugli ultimi trend natalizi visitando il sito: www.ibm.com/benchmark.

Data Source

- *Fornito tramite IBM ExperienceOne, il Digital Analytics Benchmark di IBM analizza centinaia di terabyte relativi ai dati di acquisto effettuati negli Stati Uniti attraverso siti web. Il risultato - ottenuto sulla base di 370 indicatori di performance - aiuta i retailer a posizionarsi rispetto ai competitor del settore, consentendo un più mirato coinvolgimento dei clienti.*

- *Indica i dati specifici di Silverpop non inclusi nel Digital Analytics Benchmark di IBM. Silverpop, una società del gruppo IBM, è fornitore di marketing digitale basato su cloud che offre e-mail marketing e propone soluzioni di management. La ricerca ha esaminato i messaggi inviati dai clienti di Silverpop a livello globale, combinando i dati di una grande varietà di marche e diverse tipologie di messaggi. I messaggi includono messaggi promozionali di posta elettronica, newsletter, pubblicazioni e e-mail transazionali.*
- *L'IBM Quarterly Retail Forecast applica algoritmi brevettati ai dati del US Census Bureau, che cattura osservazioni sulle vendite da oltre 46.000 punti vendita al dettaglio del Nord America dal 1992 ad oggi, per modellare picchi stagionali e modelli. Questa accuratezza dei dati consente a IBM di prevedere le tendenze con una precisione del 99%.*

<https://it.newsroom.ibm.com/2014-11-25-IBM-prevede-uno-shopping-natalizio-da-record-tramite-dispositivi-mobili-dato-che-i-consumatori-navigano-e-acquistano-mentre-sono-in-movimento>