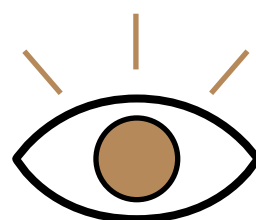


eCommerce & Beauty: accelerazione costante nell'ambito digitale.





Come incrementare il valore medio degli ordini del tuo eCommerce

Indice

p.3 Introduzione

p.4 Cosmesi e bellezza: stato dell'arte

p.5 Quali sono le motivazioni che incentivano
l'acquisto online?

p.8 **Conclusione**



Introduzione

La combinazione eCommerce e *beauty* si sta rivelando sempre più efficace. A confermarlo i dati forniti da Netcomm, che registrano una vera e propria esplosione nella crescita dello shopping online per ciò che concerne l'ambito bellezza e *make-up*.

Si riscontra infatti, oltre a una crescita degli acquisti eCommerce, anche un aumento delle app di settore. Dall'analisi dei dati raccolti emerge quindi un'**accelerazione del +36% degli acquisti nel settore in ambito digital**.

I fattori che spingono maggiormente verso canali online sono la **comodità**, la **sicurezza**, i **prezzi più convenienti** e il **risparmio** garantito da maggiori offerte, rispetto a quelle che possono trovarsi nel negozio fisico.

Grazie anche a questi espedienti, nel 2016 il valore degli acquisti online di prodotti di cosmetica ha registrato un aumento del 36%, per un valore di 170 milioni di euro, in netta crescita rispetto ai 144 milioni dell'anno precedente.



Cosmesi e bellezza: stato dell'arte

Il settore *beauty* è in grado di generare un fatturato di oltre **10,5 miliardi di euro**, oltre che un impatto positivo in termini di export, pari a un +12%.

Questa panoramica emerge da uno studio condotto da Cosmetica Italia. Il segmento risulta quindi essere tra i più solidi del comparto Made in Italy, rispetto a uno scenario piuttosto incerto relativamente ad altri settori.

A fine 2016 il valore dei cosmetici comprati in Italia supera i 9.900 milioni di euro e dopo le flessioni degli ultimi anni e le vendite dirette proseguono la loro forte ascesa. In continua crescita le vendite dirette: a domicilio, per corrispondenza ed eCommerce, che, soprattutto grazie a quest'ultimo, segnano trend superiori agli altri canali (+7,8%).

L'interesse verso la sfera del "naturale e del verde" sostiene l'andamento del **segmento erboristeria (+1,7%)**. In ripresa invece anche la profumeria (+0,9%) che mantiene il secondo posto dopo la grande distribuzione nelle vendite di cosmetici in Italia.



Quali sono le motivazioni che incentivano l'acquisto online?

In linea generale le motivazioni principali che portano un utente a acquistare su piattaforme eCommerce sono da attribuire a **comodità, convenienza di prezzo e varietà di prodotti offerti.**

Secondo lo studio condotto da NetComm i consumatori online di prodotti cosmetici sono **cresciuti del 18%** nell'ultimo anno (pari a circa 4.7 milioni) e di cui 2 milioni si sono trasformati in clienti abituali (più di un negli ultimi sei mesi).

Il settore del *Health & Beauty* risulta essere vincente in quanto sono state adottate strategie di vendita ottimali a garanzia di efficienza ed efficacia lato eCommerce. Ad esempio, **spese di spedizione gratuite, offerte e promozioni personalizzate, sicurezza nell'acquisto, recensioni e testimonianze** di coloro che hanno provato prodotti o servizi specifici.

Il crescente successo di questo settore è sottolineato dai dati che registrano un aumento del 37% sugli acquisti online, per un valore di oltre 180 milioni di euro (dati di





Human Highway).

Tra le categorie di prodotto di maggior interesse:

- Prodotti del settore cosmesi per un valore (32 milioni di euro).
- Prodotti per la cura del corpo (22 milioni di euro).
- Prodotti per la cura del viso (18 milioni di euro).
- Articoli per capelli (17 milioni di euro).
- Make up (16 milioni di euro).

Secondo l'indagine condotta da *Human Highway* per Cosmetica Italia le caratteristiche principali che rendono un eCommerce, e di conseguenza un servizio online, efficace sono:

- Spese di spedizione e consegna gratuite (24,5%).
- Convenienza di prezzo (22,4%).
- Chiarezza e trasparenza (14,3%).
- Sicurezza (10,2%).
- Possibilità di ricevere campioni omaggio e promozioni personalizzate (8,2%).

La rete influenza inoltre coloro che scelgono di acquistare presso negozi fisici infatti, il 35% visita il sito dei prodotti che acquista, il 31% cerca informazioni online prima dell'acquisto, il 14% confronta i prodotti con un comparatore e infine, il 10% consulta commenti e valutazioni prima di effettuare una conversione.



Inoltre il consumatore oggi è connesso *everywhere & everytime*. Infatti, il 92% dei visitatori dei punti vendita porta con sé un cellulare connesso a Internet. A causa di questi cambiamenti di comportamento oggi l'83% delle insegne del retail tradizionale di cosmetica rende possibile l'acquisto online (44%) e il 22% crea un'app dedicata da utilizzare in negozio per supportare l'acquisto tradizionale.



Conclusione

Diventa fondamentale favorire il dialogo fra utenti e specialisti e fornire a questi ultimi strumenti di presidio per guidare la popolazione nelle ricerche online.

Il web necessita di essere incluso nella relazione potendo affermarsi quale collante e territorio di confronto all'interno della relazione.

È innegabile che la gestione di un eCommerce non è semplice. È infatti importante coniugare le competenze del settore *beauty* con le dinamiche e tecnicismi del commercio elettronico. È importante quindi identificare un partner, che vi affianchi durante il percorso. Avvalersi di figure professionali esperte del mondo digital, come ad esempio gli speciali di Boraso, consentirà di delineare al meglio l'approccio strategico e le scelte tecniche da mettere in campo per dar vita allo store online.



DALLE AZIENDE LOCALI ALLE MULTINAZIONALI
ALLE STARTUP, DAL B2C A B2B, SEMPRE CON UN OBIETTIVO
COMUNE: INCREMENTARE LE VENDITE E LE PERFORMANCE.



FISSA UN BRIEFING ONLINE CON UN CONCIERGE

Compila il form se desideri parlare con noi, il nostro ConciERGE sarà lieto di poter entrare in contatto con te!

Programma il Briefing

MILANO

Piazza Umberto Giordano, 2

T. +39 02 400 30 662

M.+39 351 957 57 21

AndreaCastellana.it

