

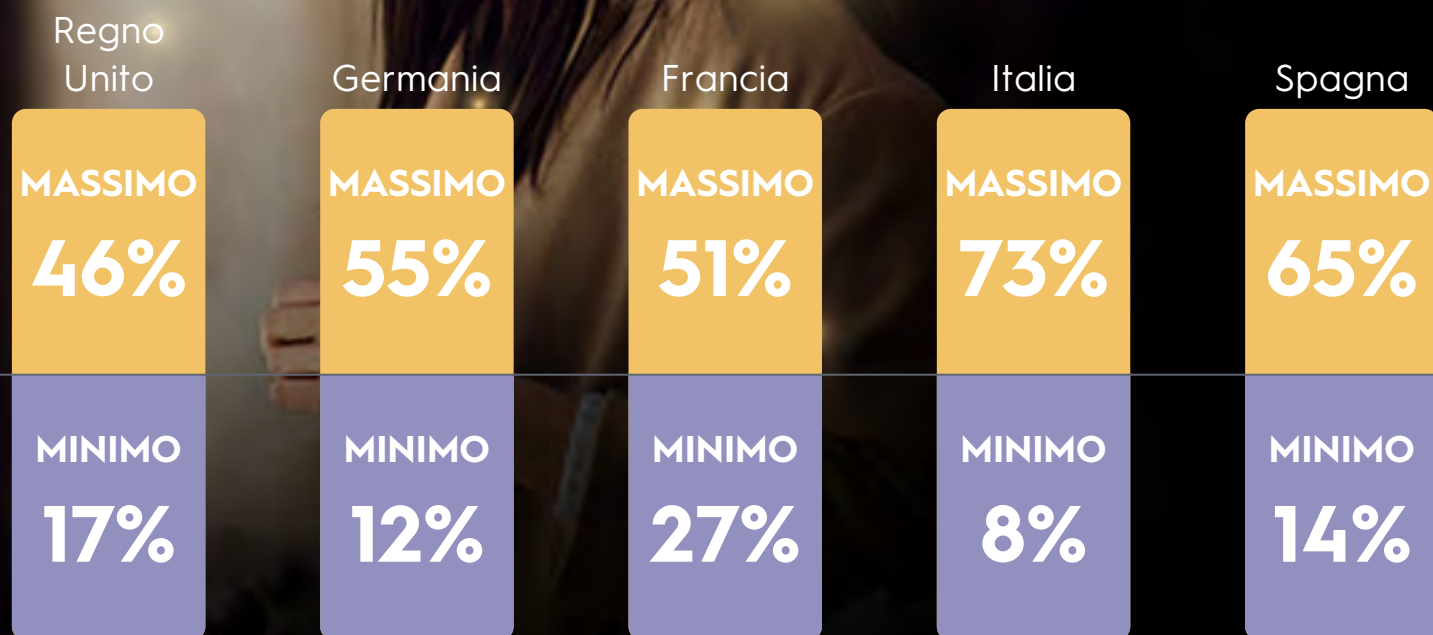
QUELLO CHE I MARKETER DEVONO SAPERE SULLA STAGIONE DELLE FESTIVITÀ

In che modo i marketer creano fidelizzazione dei clienti e fedeltà al brand durante l'alta stagione degli acquisti?

Con 42 gradi i cioccolatini di Natale si sciolgono nei supermercati!

Difficile da credere, ma la stagione delle festività è quasi alle porte. Una ricerca Criteo mostra che quasi il 90% dei marketer europei sta già pianificando il periodo natalizio. Volevamo saperne di più sui trend relativi alla stagione delle festività e abbiamo chiesto a 400 marketer europei di parlarci delle loro campagne.

Ecco che cosa abbiamo scoperto:



Un'ampia maggioranza di intervistati del nostro sondaggio ha detto che in questa stagione delle festività prevede un incremento delle vendite rispetto allo scorso anno: il **46%** nel Regno Unito, il **55%** in Germania, il **51%** in Francia, il **73%** in Italia e il **65%** in Spagna.


In media, oltre il **50%** di tutti i marketer europei prevedono di investire maggiormente nelle loro campagne di marketing nel 2019, ma per ragioni differenti.

Volta pagina per saperne di più!

Come mantenere la fedeltà dei consumatori durante la stagione delle festività

Sappiamo che i marketer prevedono di investire maggiormente e stanno sviluppando le loro campagne in vista di una stagione decisiva, ma cos'è che li spinge a farlo?

I principali motivi per cui i marketer prevedono di spendere di più durante la stagione delle festività:

 **Regno Unito:**
Aumento del budget in seguito al successo delle campagne dell'anno scorso

 **Germania:**
Per essere all'altezza della concorrenza

 **Francia:**
Si prevedono vendite in crescita rispetto all'anno scorso

 **Italia:**
Obiettivi di vendita ambiziosi

 **Spagna:**
Si prevedono vendite in crescita rispetto all'anno scorso

Com'è oggi il consumatore tipo

Quello che sappiamo:



Quello che non sappiamo:  Fedele o no  Valori

Il consumatore di oggi è mobile e ama sentire raccomandazioni di amici o influencer ma ha una soglia di attenzione molto bassa. Quindi, come cambia il suo comportamento durante il periodo dell'anno che richiede maggiore riflessione? Dai un'occhiata ai consigli dei nostri marketer per fidelizzare un numero maggiore di clienti nella stagione delle festività.

Il comportamento e la fedeltà del consumatore moderno sono cambiati, specialmente durante la stagione delle festività.

Consigli per i marketer nel 2019

Crea pagine prodotto accattivanti.

I consumatori globali affermano che la spedizione gratuita dei resi (67%), gli sconti (64%), le foto di qualità (48%) e le recensioni (48%) possono decidere o meno un acquisto sulle pagine prodotto.*

Crea annunci ad alta rilevanza.

Circa la metà dei consumatori ama annunci che aiutano a scoprire nuovi prodotti (il 48% negli USA, il 42% nel Regno Unito) e che ricordano i prodotti a cui i consumatori sono interessati (il 37% negli USA e il 38% del Regno Unito).**

Supera i limiti dei walled garden.

Non puoi mai sapere dove ti troverà un consumatore nella stagione delle festività: Quasi tre quarti (il 70%) della spesa globale per la pubblicità va a Facebook e Google, ma gli utenti trascorrono il 50% del loro tempo nell'Open Internet.***

Rispondi alle esigenze di ciascun cliente.

Punta a una maggiore personalizzazione perché ciò significa essere più rilevanti e creare clienti fedeli! - **Gareth Locke**, CGO, MyTheresa

Facilita la vita ai tuoi clienti.

I nostri clienti possono concentrarsi su quello che fanno e non su quello che indossano perché sanno che il loro abbigliamento è perfetto. - **Alexa Volquarts**, Director Marketing & Sales, Madeleine

Crea pubblicità reali, senza seguire ogni trend.

Segui le tue regole creando pubblicità reali con valori che fidelizzano i tuoi consumatori. - **Markus Fuchshofen**, MD, Bonprix

*Criteo Shopper Story, US, UK, FR, DE, JP, BR, 2017, n=9033. **Sondaggio di Criteo "Perché acquistiamo", USA, febbraio 2019, n=1003 e Sondaggio Criteo "Perché acquistiamo", Regno Unito, marzo 2019 n=1020 ***Basato su Nielsen US DCR trends, eMarketer, ExchangeWire, IDC