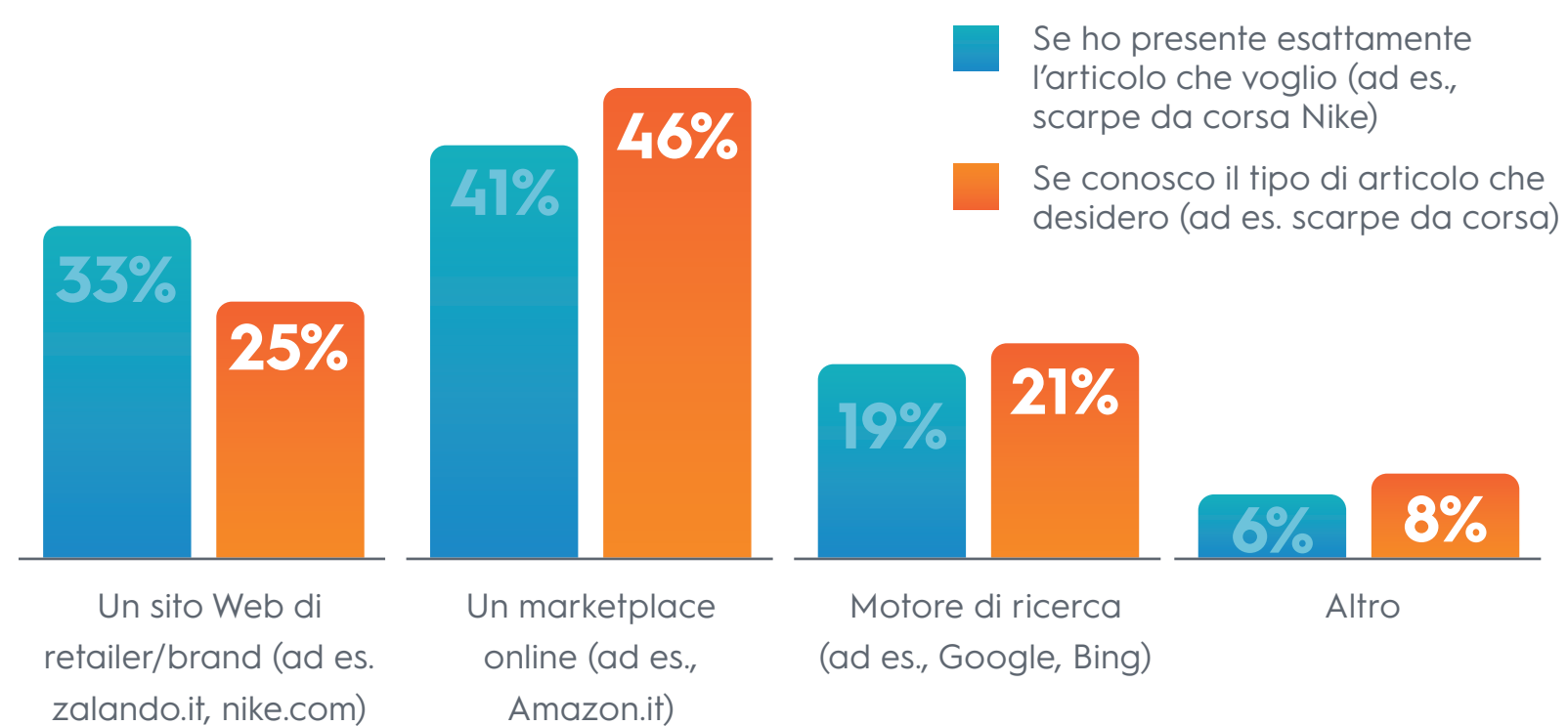


Shopper Story 2020: il mindset del nuovo consumatore

I consumatori moderni sono degli investigatori. La “fase di considerazione” del customer journey (quando un cliente cerca e prende in esame potenziali acquisti) ha assunto maggiore importanza sia come touchpoint sia come impatto. Recentemente abbiamo intervistato più di 1.000 consumatori italiani per capire come la gente fa acquisti, che cosa influenza le sue decisioni, e perché. **Ed ecco che cosa abbiamo scoperto:**

I siti Web di brand e retailer sono una destinazione importante per la ricerca dei prodotti.

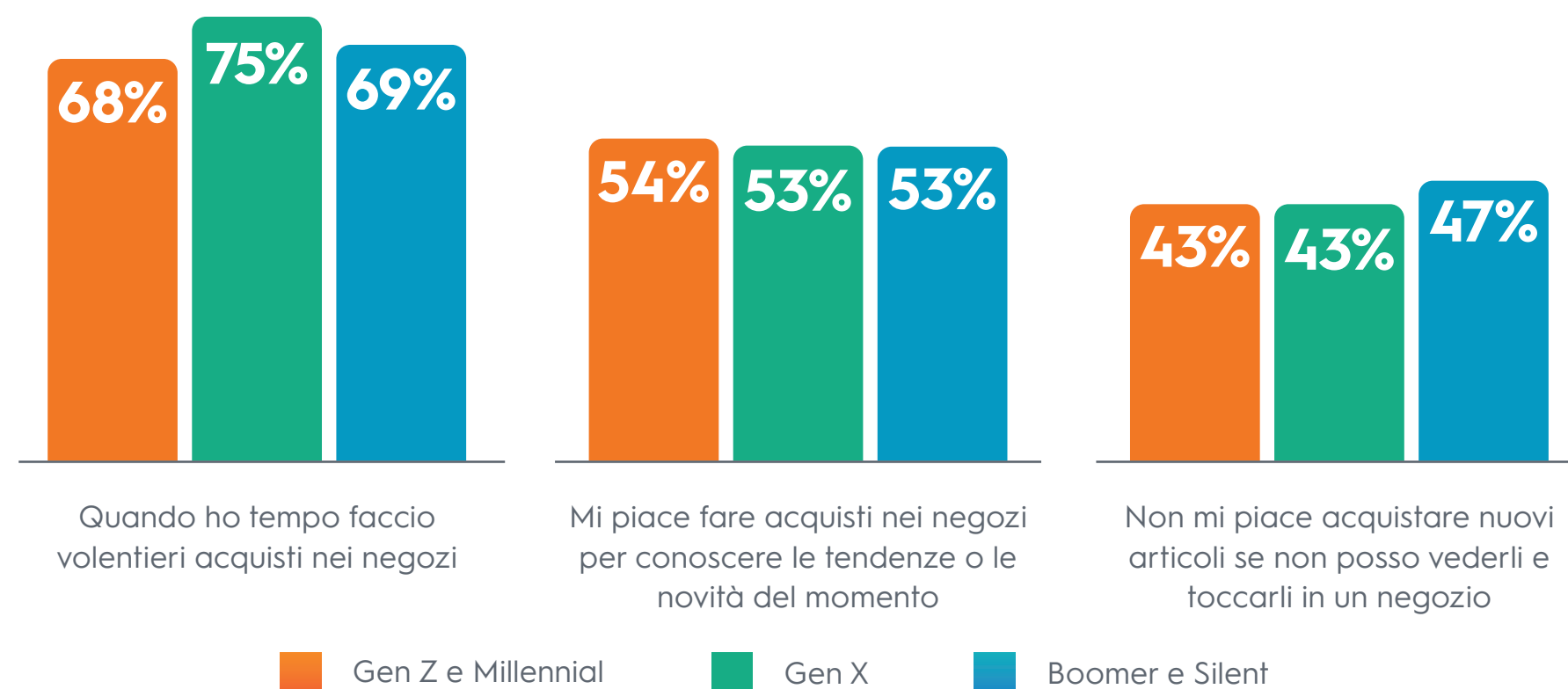
Cercando online per effettuare un acquisto, dove inizi normalmente la ricerca?



Fonte: Criteo Shopper Story, Italia, luglio-agosto 2019, N=1032



Se ne ha l'occasione, ogni generazione ama vivere l'esperienza in-store.



Fonte: Criteo Shopper Story, Italia, luglio-agosto 2019, N=897

I valori del brand sono importanti.



Fonte: Sondaggio Criteo "Why We Buy [Perché acquistiamo]", Italia, agosto 2019, n=1010.

Gen Z, i nati dopo il 1994 (meno di 25 anni); Millennial, nati tra il 1981 e il 1994 (25-38 anni); Gen X, nati tra il 1965 e il 1980 (39-54 anni); Boomer, nati tra il 1946 e il 1964 (55-73 anni); Silent, nati prima del 1946 (74 anni o più).

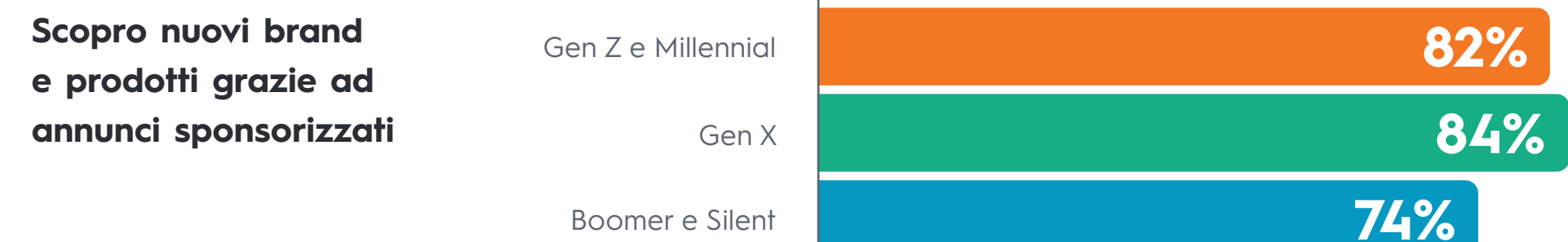
Le app vengono utilizzate lungo tutto il customer journey.

Ecco come, in Italia, gli shopper usano mediamente le app dei retailer:



Fonte: Criteo Shopper Story, Italia, luglio-agosto 2019, N=1032

Gli annunci funzionano per stimolare la scoperta, non solo per la conversione.



Fonte: Criteo Shopper Story, Italia, luglio-agosto 2019, N=1032

Criteo: La piattaforma pubblicitaria leader per l'open Internet.

Grazie all'accesso a 2 miliardi di ID cross-device (quasi il 75% degli utenti online del mondo), e ai dati sullo shopping equivalenti a 800 miliardi di dollari in transazioni annuali, Criteo conosce i consumatori come nessun altro.

Le nostre soluzioni pubblicitarie possono aiutare le aziende a creare annunci pubblicitari dinamici e intelligenti lungo tutto il funnel, perché i nostri dati non si basano sulla demografia, sui like o sulle ricerche, ma su quello che le persone acquistano. Le nostre soluzioni esclusive ti consentono di creare annunci della prossima generazione per il Web, i partner, lo store e i canali del mobile.

