

È DONNA, HA MENO DI 35 ANNI, PREFERISCE IL LUNEDÌ E ACQUISTA DA CASA O MENTRE TORNA DALL'UFFICIO: IDENTIKIT DEL FASHION MOBILE SHOPPER DI ZALANDO

MILANO, 30 MARZO 2016 // Con oltre 17 milioni di utenti attivi in 15 Paesi europei, Zalando - la piattaforma online leader in Europa nel settore della moda - ha condotto un'analisi sui propri clienti che acquistano da mobile (sito mobile e app) in Italia e ha stilato l'identikit del suo "fashion mobile shopper".

Chi acquista da mobile su Zalando.it è principalmente donna (circa 3 clienti su 4), ha tra i 20 e i 34 anni e preferisce il pagamento alla consegna, più comodo da impostare mentre si è in movimento rispetto a quello tramite carta di credito.

"Non sorprende il maggiore utilizzo da parte di utenti donne, un dato che in parte riflette la suddivisione della nostra base clienti, mentre è curioso come nella fascia di utenti più giovani il gap tenda a ridursi considerevolmente", spiega Giuseppe Tamola, Country Manager Italia e Spagna di Zalando.

Anche se durante il fine settimana in molti hanno più tempo libero, il giorno preferito per acquistare abbigliamento e accessori online tramite smartphone o altri dispositivi mobile è il lunedì: meglio se da casa in tutta tranquillità e senza troppe distrazioni (66%) o, in alternativa, mentre si torna a casa dopo una giornata di lavoro (21%). Al contrario, il viaggio verso l'ufficio invoglia allo shopping solo il 7% dei mobile shopper.

Le regioni italiane in cui si acquista di più tramite mobile sono Calabria, Basilicata e Campania; al contrario, quelle che prediligono maggiormente gli acquisti tramite desktop sono Friuli-Venezia Giulia, Trentino e Marche.

"In Italia le aree con minore accesso alla banda larga sono spesso caratterizzate da alto utilizzo del mobile", commenta Giuseppe Tamola. "Per molti italiani smartphone e tablet rappresentano canali sostitutivi, più che complementari, al desktop. Questa peculiarità ci deve far riflettere sul modo in cui accompagneremo la transizione, in particolare per quegli utenti che approcceranno lo shopping online direttamente da mobile, senza il passaggio intermedio da desktop".

Quali sono i prodotti più ricercati da mobile? Scarpe e accessori, mentre i brand preferiti sono quelli sportivi. I clienti italiani, da febbraio 2015, accedono a Zalando più da dispositivi mobile che desktop e lo share è superiore alla media del gruppo del 60%, il che porta l'Italia a

posizionarsi costantemente tra i primi tre mercati del gruppo in termini di percentuali di accesso da mobile.

L'azienda sta ripensando il proprio business in un'ottica "mobile first" che comporta un cambiamento radicale nel modo di proporre i contenuti, sia dal punto di vista dell'offerta sia da quello dell'ispirazione – includendo anche le piattaforme social come Instagram. Il team dedicato esclusivamente allo sviluppo dell'app, composto da circa 40 esperti, ha di recente lanciato una nuova versione per iOS e Android ripensata in tale ottica.

“Un'indagine condotta tra i clienti italiani che hanno installato l'app su uno dei propri dispositivi indica una frequenza di utilizzo giornaliera o settimanale in quasi il 90% dei casi, un dato che va a sommarsi alle ottime percentuali di accesso mobile rispetto a desktop. In questa fase ci stiamo concentrando sull'engagement degli utenti e siamo dunque positivamente colpiti da queste cifre, ma ciò non diminuisce in nessun modo l'impegno per migliorare continuamente l'esperienza mobile che offriamo alla nostra clientela”, conclude Giuseppe Tamola.

A PROPOSITO DI ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) è la piattaforma online europea leader in ambito moda donna, uomo e bambino. Offriamo ai nostri clienti un'esperienza d'acquisto esclusiva e una destinazione unica da cui accedere a un'ampia selezione di articoli fashion tra cui accessori, scarpe e abbigliamento, il tutto con spedizione e reso gratuiti. Costituito da oltre 1.500 brand, l'assortimento include i più noti marchi internazionali, fast fashion e locali, ed è completato dai prodotti delle nostre private label. L'offerta è localizzata al fine di rispondere alle preferenze dei clienti di ciascuno dei 15 mercati europei in cui operiamo: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera. I tre centri di distribuzione centrali situati in Germania formano un network logistico che ci consente di servire efficientemente i clienti di tutta Europa. Siamo convinti che la nostra integrazione di fashion, aspetti operativi e tecnologia applicata all'online ci consenta di offrire una value proposition convincente, sia per i clienti sia per i brand nostri partner. Nel quarto trimestre 2015 gli shop di Zalando hanno registrato oltre 135 milioni di visite mensili, di cui il 60% circa proveniente da dispositivi mobile, per un totale di circa 17,9 milioni di clienti attivi a fine trimestre.

CONTACT ZALANDO

Matteo Bovio / Corporate Communications
matteo.bovio@zalando.it
+49 30 200088512

CONTACT BUSINESS PRESS

Beatrice Caputo / Valeria Alunni / Eleonora Bresesti
Zalando@bpress.it
+39 02 725851