

Il 2018 è l'anno del boom dell'info-commerce: sono i prodotti scelti online ma acquistati nei negozi tradizionali a far volare un indotto che in Italia vale 87 miliardi di euro. *Il portale AJ-Com.Net, specializzato in campagne di comunicazione e web marketing, ha svolto un'analisi dalla quale emerge che **l'82% delle persone che comprano in negozio, si informano prima in rete.***

Il fenomeno dell'**info-commerce**, vale a dire la **ricerca di informazioni sul web**, è fortissimo e in Italia sta crescendo in maniera esponenziale. Ed è proprio grazie a questo fenomeno che **l'e-commerce, includendo l'indotto** (quindi i prodotti scelti online ma acquistati nei negozi tradizionali), **arriverà quest'anno a sommare un valore di 87 miliardi di euro**, pari al 4,7% del pil del Paese, marcando una **crescita del 220%** rispetto al 2017.

«Un aumento considerevole che ha delle profonde implicazioni per tutti coloro che vendono al consumatore, anche se non online. È quindi fondamentale adottare **strategie per intercettare i clienti mentre si informano sul web**» sostengono i responsabili di AJ-Com.Net.

Secondo un recente studio di **Confcommercio** negli ultimi 10 anni **sono spariti oltre 63.000 punti vendita in sede fissa**, ecco allora che **il web -paradossalmente- potrà salvare il commercio tradizionale**, invertendo questa tendenza.

Per chi opera offline diventa indispensabile **destinare risorse alla promozione online** e approfittare così di questa importante opportunità del mercato.

Come investire sull'online? «La tendenza vede un **forte calo degli investimenti sui motori di ricerca (-45% del budget)** e una lieve crescita per **l'email marketing (+12%)** e per **i social network che salgono del 14%**, nonostante il fatto che l'80% delle aziende consideri quello su Facebook o su Twitter un investimento "**difficoltoso**" e "**insoddisfacente**"» rispondono gli analisti di AJ-Com.Net.

© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 11 / 2018