

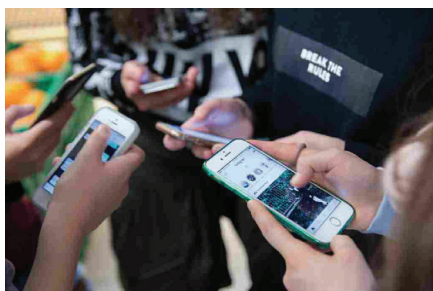


- HOME
- EDITORIALE
- L'OPINIONE
- L'INTERVISTA
- NEWS
- RUBRICHE
- WEB TV
- LA REDAZIONE
- CONTATTI

L'e-commerce non si è arrestata anche dopo il lockdown.

redazione

in Cronaca, Economia, News, Politica 8 Ottobre 2020 26 Visite



L'accelerazione impressa dalla pandemia all'e-commerce non si è arrestata anche dopo il lockdown. Il periodo successivo, in particolare, ha visto crescere la frequenza all'acquisto online da parte degli utenti del 79%. La consegna contactless – a casa come in ufficio – resta ancora quella preferita da oltre il 93% degli utenti. Sono queste le principali evidenze emerse dall'edizione speciale di Netcomm Forum Live, in collaborazione con NetStyle e Tuttofood Milano, che proseguirà in un format interamente digitale fino a domani. Secondo Netcomm appare invece più improbabile una ripresa nel breve termine della frequenza del ritiro dei prodotti fuori casa (e-grocery escluso). Complessivamente i volumi di transazioni online negli ultimi 12 mesi sono cresciuti del 15,4%, il 7% solo nel lockdown, con la richiesta di prodotto aumentata del 10%. Uno scenario che ha visto alcuni servizi di eCommerce gestire una domanda 10 volte superiore nella fase Covid, generando nel 25% dei casi problemi nella logistica, con carenza di prodotti disponibili (26%) e un 18% di casi in cui non è stato possibile recapitare la merce. "Il consolidamento di abitudini di consumo sempre più ibride, tra canali fisici e digitali, e la tendenza a preferire modalità di acquisto e di pagamento contactless, mette di fronte le imprese italiane alla necessaria implementazione di tecnologie – commenta Roberto Liscia, presidente di Netcomm – Tra i principali ostacoli legati allo sviluppo dell'eCommerce da parte di retailer medio-piccoli si trovano problemi legati ai costi troppo elevati di gestione (32%), difficoltà nel gestire gli aspetti inerenti la logistica (28%) e mancanza di competenze in materia di eCommerce (28%)". Per quanto riguarda invece il ricorso ai marketplace, secondo Netcomm, gli elementi critici vedono al 34% la non convenienza rispetto al posizionamento del prezzo, problemi legati alla gestione



CATEGORIE

- A proposito di ...
- cinema
- Cronaca
- Cultura
- Economia
- Editoriale
- In Primo Piano
- kate
- L'intervista



Ultimi articoli

I più letti



L'e-commerce non si è arrestata anche dopo il lockdown.
8 Ottobre 2020



Coronavirus, in Italia 333.940 casi totali e 36.061 morti
7 Ottobre 2020



Salerno, il 9 ottobre la presentazione "Scuola in Sicurezza"
7 Ottobre 2020



Istat, ad agosto rimbalzo delle vendite al dettaglio: +8,2%
7 Ottobre 2020



Sanremo Giovani dei record, 961 ammessi per l'edizione 2020
7 Ottobre 2020

SEGUICI SU FACEBOOK

VIDEO

