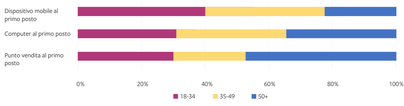
facebook IQ

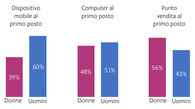
Tutti i segreti dello shopping natalizio su mobile

Un'istantanea dell'acquirente mobile-first in Italia[1]

Età



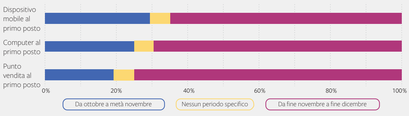
Genere



Genitori

Gli acquirenti mobile-first in Italia ci pensano in anticipo[1]

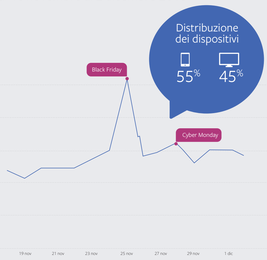
Quando inizi lo shopping natalizio?



Le conversioni degli italiani visibili su Facebook[2]

Le due settimane del Black Friday[2]

Le conversioni degli italiani visibili su Facebook dal 18 novembre al 2 dicembre 2016



Le persone in Italia acquistano di più su mobile fuori dall'orario di lavoro e quando sono in giro[2]

Percentuale giornaliera di conversioni su mobile rispetto a quella su computer per giorno in Italia

Uso dei dispositivi mobili per fare un affare[1]

Confronto tra gli acquirenti italiani che acquistano principalmente su mobile e quelli che lo fanno presso i punti vendita

Preferenze principali degli acquirenti da dispositivo mobile

1. Ordine online, ritiro presso il punto vendita
2. Omaggi con gli acquisti

Preferenze principali degli acquirenti nel punto vendita

1. Vicinanza del negozio
2. Varietà di prodotti
3. Esperienza senza scocciature nel punto vendita

Uso dei dispositivi mobili nel punto vendita per acquistare il miglior prodotto al miglior prezzo[1]

Motivi principali per cui le persone in Italia usano gli smartphone in un punto vendita

Fonti:

1. "Facebook Holiday Study" (Studio sulle festività su Facebook) di Ipsos Marketing (Studio online commissionato da Facebook su 1200 persone di età superiore ai 18 anni in Italia), gennaio 2017.
2. Dati di Facebook e Instagram relativi solo agli account con oltre 100 conversioni dirette, 1° novembre – 31 dicembre 2016 (festività 2016). Analisi dei dati del pixel di conversione e delle azioni nell'app per le inserzioni mostrate a persone in Italia di età superiore a 18 anni su Facebook. Settore dei videogiochi escluso.

facebook IQ

Global_Holiday_OnePager_Italy_V8_it_IT.indd 1 11/07/2017 14:47:21