

Dal cashless al re-commerce, le tendenze dell'eCommerce nel 2021

mercoledì 24 marzo 2021

Nel 2020 i

consumatori si sono spostati online e c'è stata una velocizzazione del commercio elettronico. Ma quali sono le tendenze dell'eCommerce nel 2021? Eccone qualcuna, dalla scelta del cashless all'economia di seconda mano online

Più pagamenti senza contanti. Re-commerce, vale a dire: commercio online dell'usato. Successo dei negozi locali che si sono riuniti in mercati virtuali. Iperconnessione dei consumatori che online comprano anche alimentari. Sono diverse le tendenze dell'eCommerce nel 2021.

La spinta
dell'eCommerce nel 2020

Con la pandemia, dallo scorso anno, l'eCommerce ha avuto una grande spinta. Una digitalizzazione che in alcuni casi ha accelerato le tappe e impresso una velocizzazione a cambiamenti già in atto o solo abbozzati.

Lo scorso anno, per le restrizioni e le chiusure dell'emergenza sanitaria, i consumatori si sono rivolti sempre più spesso al canale digitale. Anche le piccole e medie imprese si sono adeguate e hanno affiancato le vendite "fisiche" a quelle online e ai profili social.

«Molti trend 2020 si sono consolidati trasformando radicalmente le abitudini di acquisto dei consumatori e dando vita a una rivoluzione che continuerà anche nel 2021», dicono da PayPlug, soluzione di pagamento online per l'eCommerce.

«A causa della pandemia, molte aziende sono dovute correre ai ripari dotandosi di una presenza e-commerce per mantenersi in attività e per continuare a rimanere in contatto con i propri clienti, mentre le realtà già presenti online hanno potuto capitalizzare gli investimenti del passato e, in diversi settori, hanno visto una crescita esponenziale delle vendite», spiega Mirella Bengio, Head of Partnerships Italia di PayPlug. Il prossimo passaggio è fidelizzare, attrarre nuovi clienti, puntare sull'esperienza offerta.

Le tendenze
dell'eCommerce nel 2021: click&collect e cashless

Quali sono dunque le tendenze dell'eCommerce nel 2021? Il commercio elettronico può svilupparsi lungo diverse direttrici. Sulla base dei dati emersi dalle ricerche che lo scorso anno si sono occupate di eCommerce, una tendenza riguarda la fidelizzazione.

«Il primo semestre del 2020 è stato segnato da un boom di cyber-acquirenti: due milioni di italiani in più hanno utilizzato un servizio e-commerce – dicono da PayPlug – La sfida, in un contesto di continue limitazioni e chiusure, è capitalizzare questo bacino di nuovi clienti, fidelizzandoli. Nel 2021 si prevede una crescita di investimenti marketing del 30% proprio con l'obiettivo di cogliere due milioni di nuove opportunità di business».

L'altra tendenza è l'espansione del click & collect (l'acquisto online e il ritiro in negozio). Dopo il + 349% di questa modalità di acquisto durante il lockdown, questa tendenza dovrebbe consolidarsi grazie alla flessibilità e comodità per chi vive in smart working.

L'eCommerce nel 2021 vedrà poi, secondo gli analisti, "la fine del cash". O forse è meglio dire la predominanza dei pagamenti online senza contanti. A oggi il 48% degli italiani ha ridotto l'uso del contante. Questa percentuale potrebbe arrivare all'80% di clienti cashless only.

Marketplace locali e omnicanalità

Pagamenti a rate anche nell'eCommerce, interesse verso i commercianti di prossimità, microinterazioni online rientrano nelle tendenze del commercio elettronico. Ci sono poi altre direttrici di sviluppo particolarmente interessanti.

Uno è il successo dei marketplace locali. I piccoli commercianti che si sono riuniti in mercati virtuali per continuare ad esercitare le proprie attività anche durante la chiusura forzata del 2020 hanno registrato affari in crescita del 50% e trovato l'apprezzamento dei cittadini. 6 consumatori su 10 continueranno a supportare in questo modo i piccoli negozi.

Un'altra tendenza dell'eCommerce nel 2021 si ricollega all'omnicanalità dei consumatori.

«Ogni portale è diventato portone: ben il 92% degli italiani ha utilizzato diversi canali coordinati e intercambiabili per un acquisto (e-commerce, social, negozio fisico). L'esperienza ha conquistato quasi tutti e ora il 69% degli italiani online pretende un'esperienza d'acquisto senza ostacoli a prescindere dai canali d'acquisto».

Beni di prima necessità online

I consumatori sempre più connessi e iperconnessi hanno esteso il range dei prodotti acquistati online. L'eCommerce è diventato il luogo ideale per comprare anche beni di prima necessità.

In Italia fra il 2019 e il 2020 c'è stato un aumento del 55% di acquisti online per Food&Grocery. I prodotti da e-commerce non hanno più barriere ed è esploso il trend di acquisto di prodotti "semplici" come alimentari e piccolo artigianato locale. «Se nel 2019 si stimava che il settore Food&Grocery potesse arrivare nel 2025 a 2,7 miliardi di euro, ora si stima di raggiungere questa cifra entro capodanno 2021».

Re-commerce, o economia di seconda mano online

Oltre all'eCommerce cresce poi il re-commerce. Ovvero la vendita online di prodotti usati.

«Sano per l'ambiente e per il portafoglio, il 2020 è stato sotto il segno del re-commerce: due terzi degli italiani hanno comprato o venduto un prodotto di seconda mano – prosegue l'analisi di PayPlug – Un modello che si consolida e coinvolge anche brand tradizionali. Anche per questo, nel 2021 è prevista una crescita pari al +42% sul mercato globale dell'usato online e si stima che l'usato online doppiierà i numeri del fast fashion entro il capodanno 2030».

Fonte HelpConsumatori