

Italien: E-Commerce Trends 2017

Der italienische E-Commerce hat ein erfolgreiches Jahr hinter sich gebracht. Der Umsatz in diesem Jahr hat wieder ein doppelstelliges Wachstum gesehen. Mit einem weniger harten Wettbewerb im Vergleich zu anderen europäischen Staaten und einer wachsenden Nachfrage zeigt sich Italien als ein interessanter, junger Markt für ausländische Unternehmen. Wichtig ist immer, sich einen guten Überblick über potenzielle Zielmärkte zu verschaffen und zu wissen, wohin die Reise 2017 gehen wird.

Vertrauen in E-Commerce

Das traditionelle Misstrauen der Italiener gegenüber E-Commerce nach dem Motto „wenn ich es nicht anfassen kann, werde ich dem nicht trauen und nicht kaufen“ wird jedes Jahr immer schwächer, dank verschiedenen, intelligenten Maßnahmen der Online-Händler.

Die immer größere Verbreitung von bekannten Gütesiegeln, die richtige Nutzung von Bewertungen anderer Kunden und eine immer größere und verbreitetere Einhaltung der Regeln haben italienischen Verbrauchern mehr Vertrauen und die nötige Sicherheit gegeben.

Natürlich bleibt Italien ein Markt mit vielen Besonderheiten und [Händler müssen strategisch vorgehen, um ihre Konversionsrate im Shop zu steigern](#). Aber der Markt bietet deutschen Händlern ein gutes Expansionspotenzial

Trends 2017

Die E-Commerce Bereiche, die sich in 2017 als marktführend positionieren werden, zeigen keine großen Überraschungen im Vergleich zu 2016. [Der Tourismus bestätigt sich als einer der Sektoren mit steigendem Erfolg online auch in 2017, wie auch die Bereiche Elektronik, Lebensmittel, Mode und Bücher](#).

Die Form der Kommunikation mit den Verbrauchern sowie die Gestaltung der Shop-Prozesse, insbesondere im Rahmen von Zahlung und Lieferung rücken in den Vordergrund. 2017 wird es Ziel sein, die online Käuferfahrung zu verbessern, zu personalisieren und zu vereinfachen.

Hier haben wir einige Schlüsselfaktoren für 2017 zusammengefasst:

Kommunikation mit den Kunden: Die Käuferfahrung wird sich automatisch jedem Einzelnen anpassen. Deswegen werden immer mehr Methoden verwendet, um die „Stammkunden“ wieder zu erkennen und ihnen vorausgefüllte Bestellformulare auf Basis vorheriger Käufe zu präsentieren. Außerdem werden Kunden immer häufiger durch Pop-Up Fenster auf die Newsletter-Anmeldung gestoßen, häufig mit dem Angebot von Rabattaktionen oder Gutscheinen.

Lieferungen: Die Logistik bleibt ein schwacher Punkt des italienischen E-Commerce. Unternehmen, die ihren Kunden eine personalisierte und schnelle Lieferung versichern, werden sich einen wettbewerblichen Vorteil verschaffen können.

Zahlungsmethode: Die Online-Bezahlung wird immer mehr vereinfacht, so dass Kunden reibungslos ihren Kauf abschließen können.

M-Commerce wächst weiter: Einkäufe durch mobile Geräte sind in Italien ein großer Trend. In den Jahren 2015-2016 haben die Einkäufe auf diesem Kanal ein Wachstum von 97,4 % gesehen. Händler, die sich in Italien gut positionieren wollen, sollten im nächsten Jahr ihre M-Commerce Strategie entwickeln.

Haben Sie Fragen zum Cross-Border-Handel? [Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir unterstützen Sie gerne im Cross-Border-Verkauf.](#) (ec)