

Global Consumer Survey

# Social Media: Analisi sul Comportamento dei Consumatori

I social media hanno cambiato il modo in cui viviamo, interagiamo e sperimentiamo il mondo intorno a noi. Per i brand, essi giocano un ruolo fondamentale nel modo di coinvolgere i clienti. Ma quali sfide devono affrontare i consumatori quando usano queste piattaforme?

Ecco cosa raccontano della propria esperienza di acquisto sui social media 2.603 consumatori da tutto il mondo.



## La Vetrina Social

il **92%** dei consumatori ha timore ad acquistare sui social media

### Preoccupazioni:

**59%**

Sicurezza dei pagamenti

**56%**

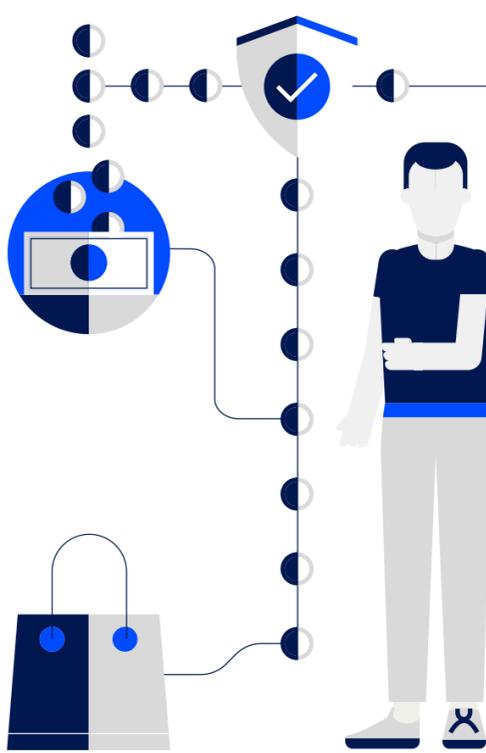
Qualità dei prodotti

**55%**

Sicurezza dei dati personali

**47%**

Acquisto involontario di falsi



il **31%** afferma di acquistare prodotti tramite piattaforme social

### Cosa non comprerebbero mai?

- Gioielli **27%**
- Vacanze **27%**
- Prodotti per la salute **26%**
- Biglietti di eventi **24%**

### Cosa comprano?

- 45%** Vestiti
- 33%** Accessori per la casa
- 30%** Elettronica
- 28%** Cosmetici

### Cosa influenza la loro decisione di acquisto?

- Reputazione del brand **55%**
- Opinione di amici e familiari **34%**
- Valutazioni degli utenti **48%**
- Suggerimenti delle celebrità **23%**

### Quanto sono a proprio agio acquistando sui social media?

il **66%**

è convinto che le informazioni mostrate sugli e-Shop dei social media siano precise

il **30%**

non ha problemi a utilizzare la propria carta di credito per fare acquisti sui social

il **23%**

di coloro che hanno acquistato un prodotto falso lo ha fatto tramite social media



il **63%**

ritiene che i brand, le piattaforme social e i market place online dovrebbero fare di più per proteggere i consumatori



Scarica il report completo su: [markmonitor.com/socialsurvey2019](http://markmonitor.com/socialsurvey2019)

Ricerca condotta ad agosto 2019 da Vitreous World, su un campione di 2.603 consumatori provenienti da Regno Unito, Stati Uniti, Germania, Francia e Italia.