

Esportare >> in Digitale

PROMOS
ITALIA
BE GLOBAL

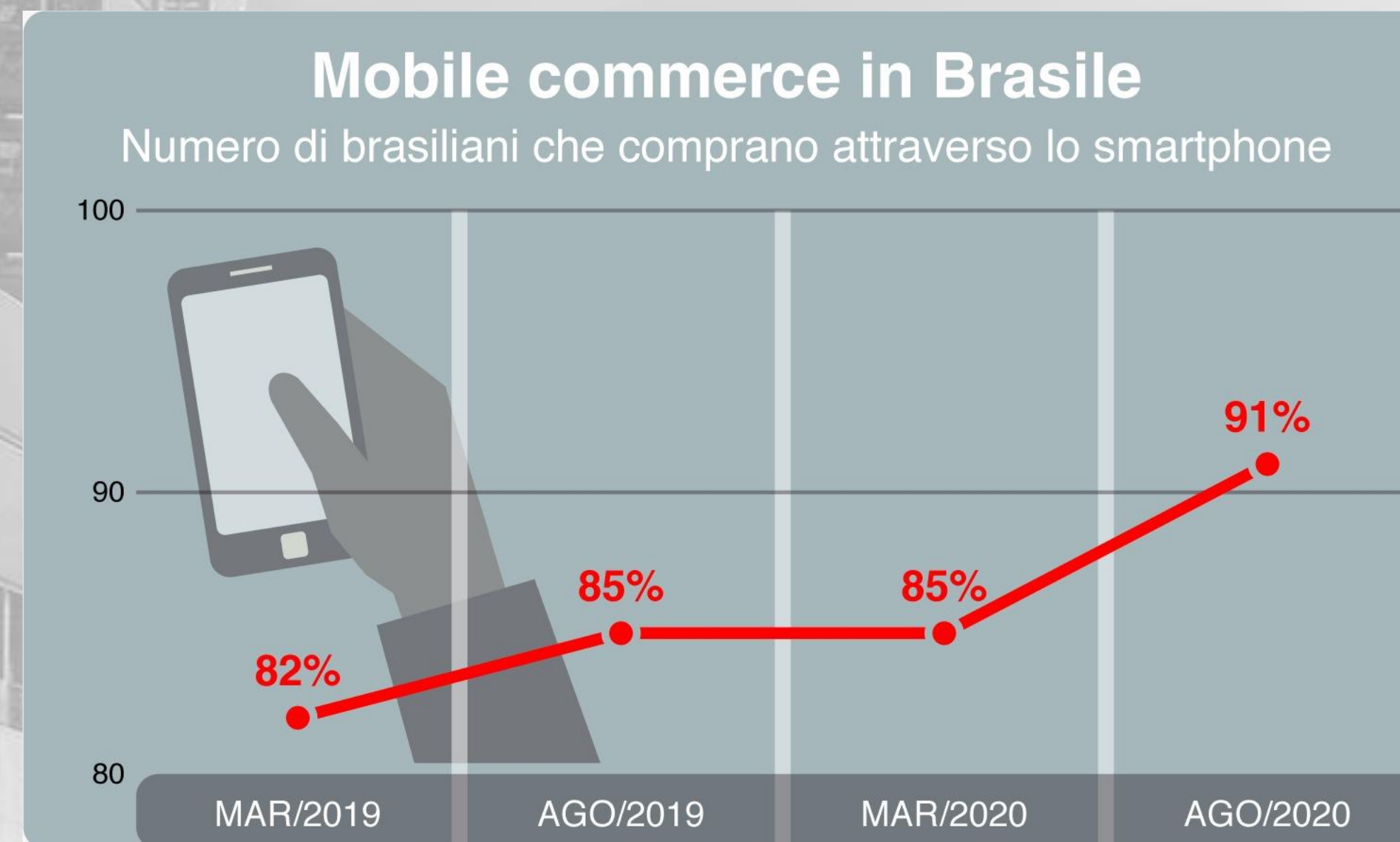
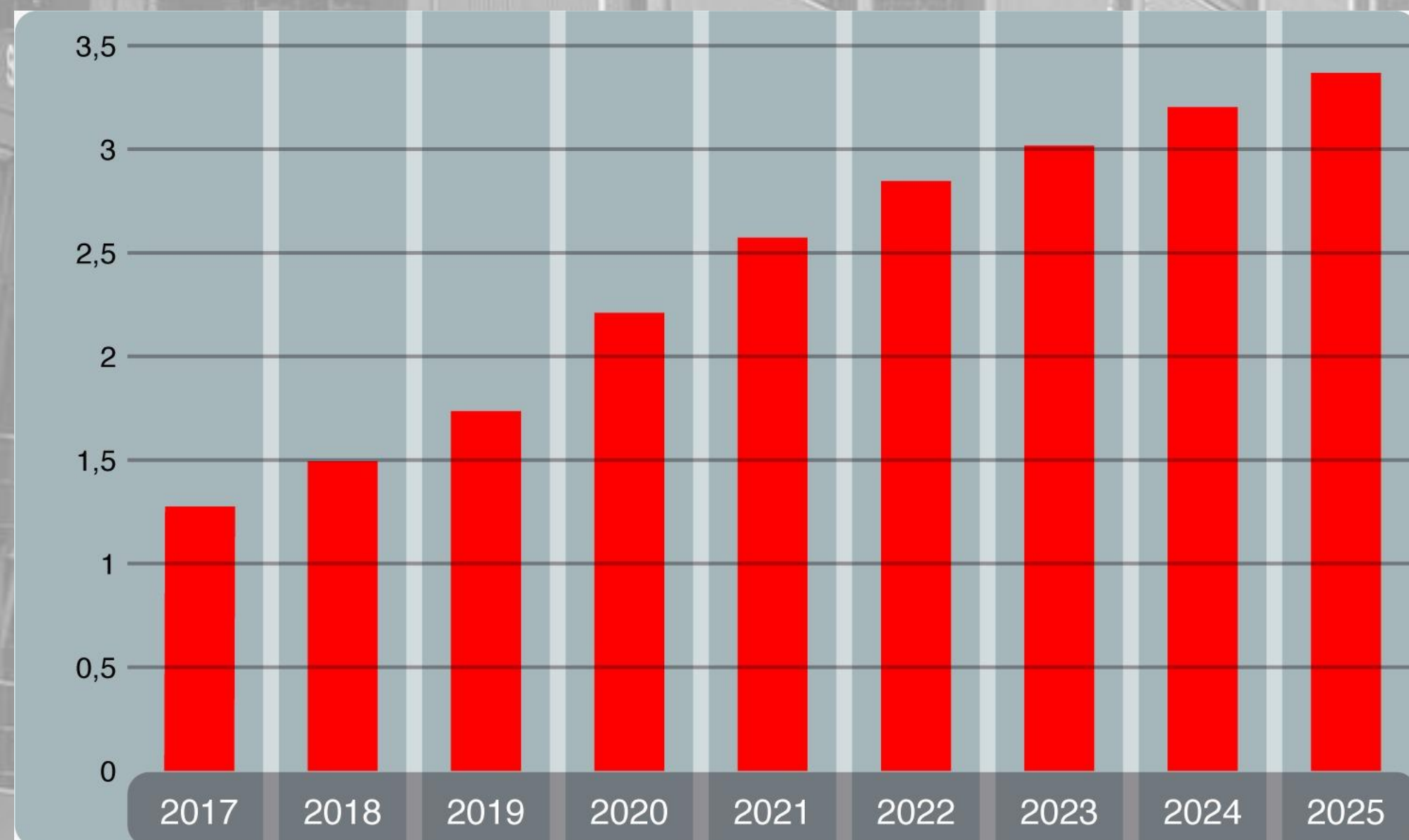
sace

FOCUS BRASILE

Strategie digitali *Tailor Made* per i Brand in Brasile

Alessandro Lupò – Mauro Fanfoni – Esperti Digitali Promos Italia

Il successo dell'e-commerce



L'e-commerce ha avuto un balzo in avanti durante la pandemia, dimostrando che i brasiliani sono inclini ad acquistare online, nonché a partecipare ad attività sociali e a informarsi sulle reti. Secondo un report di Webshoppers, promosso da Ebit | Nielsen, nella prima metà del 2021, l'e-commerce brasiliano ha raggiunto una crescita del 31% e un fatturato di 53,4 miliardi di BRL. Secondo lo stesso rapporto, 6,2 milioni di persone hanno effettuato il primo acquisto online nella prima metà del 2021. Si prevede che il mercato globale dell'e-commerce crescerà di oltre il 55,3% entro il 2025 e raggiungerà più di 8 trilioni di dollari di valore delle transazioni, secondo un nuovo rapporto pubblicato dalla società di tecnologia finanziaria FIS, The Global Payments Report 2022. Per il mercato brasiliano dell'e-commerce, si prevede che l'aumento dovrebbe essere del 95% nello stesso periodo, con un controvalore delle transazioni di 79 miliardi di dollari.

CASE HISTORY

MARKETPLACE B2C



**mercado
livre**

OLX



Tendenze del mercato digital

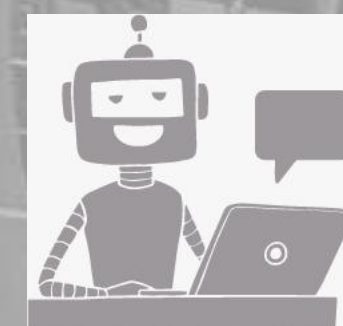
2022

DIGITAL INFLUENCER



Gli influencer digitali hanno conquistato uno spazio importantissimo nel processo di attrarre e mettere in relazione i brand con i clienti. Artisti e professionisti che sono già apparsi su internet sono in grado di raggiungere il target di riferimento delle aziende in modo personalizzato attraverso una comunicazione più personale e ravvicinata. La tendenza è che nel 2022 questa influenza crescerà ancora di più nel mercato digitale. L'aspettativa è che profili di nicchie specifiche e non necessariamente con migliaia di followers inizino ad entrare sempre più in questa strategia di marketing. Questo perché le micro e le piccole aziende stanno espandendo le loro azioni e cercano il supporto di questi influencer.

CHATBOT



In continua crescita, i chatbot non potevano non essere nella lista delle tendenze del mercato digitale per il 2022. Progettati con il meglio in termini di intelligenza artificiale, i bot sono sempre più presenti nella vita quotidiana dei clienti, offrendo praticità e agilità nelle interazioni. Nel 2022 i chatbot tendono ad entrare prepotentemente in altri canali di servizio utilizzati dalle aziende, come applicazioni, social network, SMS, telefono ed e-mail. Di conseguenza, l'automazione diventerà una realtà all'interno dei contact center, consentendo agli operatori umani di concentrare il 100% del proprio lavoro su questioni complesse e strategiche.

SOCIAL NETWORK – LOCAL



Molte aziende stanno già investendo in azioni per espandere la propria presenza digitale. Ciò include l'accesso ai social network, al sito web istituzionale e all'utilizzo di canali strategici, come Google Meu Negócios. Oggi, avere un'elevata visibilità su Google come attività locale è fondamentale per la crescita e il successo di un'azienda. Secondo i dati di Google, il 46% di tutte le ricerche riguarda le attività locali e il 75% delle persone che effettuano una ricerca locale sul proprio cellulare visitano l'attività entro 24 ore.



Tendenze del mercato digital

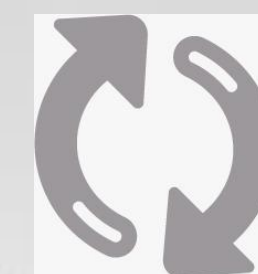
2022



STRATEGIA



ANALISI DEI DATI



CAMBIAMENTO

- Esperienze ibride
- Adeguamento all'era senza cookie
- Contenuti basati sui dati
- Marketing dei contenuti e SEO convenienti

- Evoluzione del commercio sociale
 - Nuovi tipi di influencer
 - Responsabilità ambientale
 - Esplorazione del metaverso

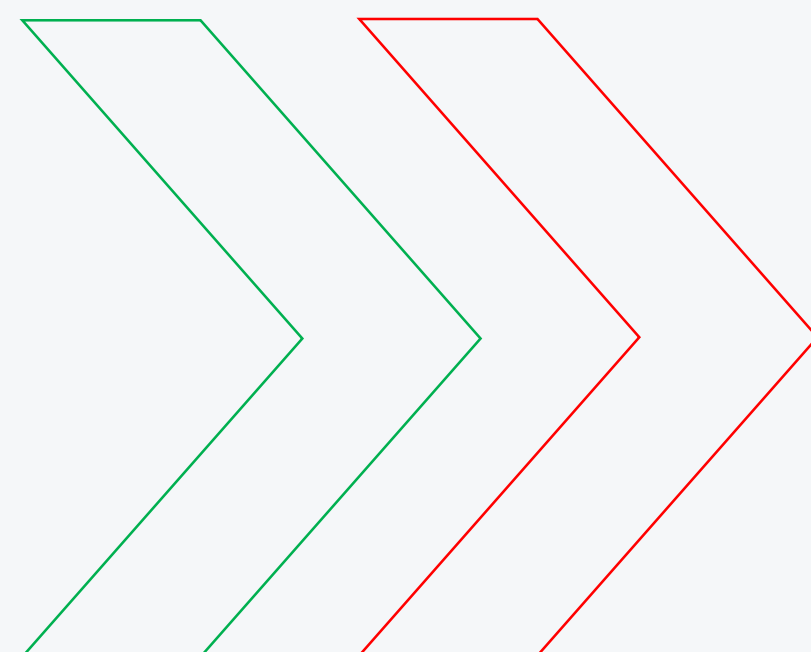
Esportare >> in Digitale



Grazie



— CONTATTI



CONTATTI —

Alessandro Lupò - Mauro Fanfoni
Esperti Digitali | Promos Italia
www.wecommunication.com.br