

L'E-COMMERCE È SEMPRE PIÙ SOCIAL

I social network non sono più semplici veicoli di comunicazione tra brand e consumatori, con un ruolo chiave nelle loro scelte d'acquisto: sempre più spesso viene ora offerta agli utenti la possibilità di acquistare, senza intermediazioni, quello che appare sulle pagine di social popolari come *Instagram* e *Facebook*.

Ha iniziato *Instagram*, nel marzo 2018, portando in Italia *Shopping*. La funzione, già introdotta negli Stati Uniti l'anno precedente, permette alle aziende di inserire nei propri post speciali tag attraverso cui gli utenti possono fare acquisti venendo indirizzati direttamente sulla pagina web del marchio. Successivamente, *Instagram* ha introdotto l'opzione *Shopping* anche nelle *Stories* e nella sezione *Esplora*, ampliando la possibilità di fare acquisti. Quest'anno è stata aggiunta la funzione *Checkout* (attualmente in fase Beta negli Usa), che offre la possibilità di acquistare direttamente all'interno dell'*app*, senza dover aprire alcun browser. Dopo il primo acquisto, i dati personali (nome, e-mail, carta di credito o indirizzo Paypal e riferimento per la spedizione) vengono automaticamente memorizzati all'interno del sistema, per agevolare gli acquisti successivi.



Anche *Facebook* sta dedicando sempre più spazio allo shopping sulla propria piattaforma, inserendo *Marketplace*, un luogo virtuale in cui gli utenti del social network possono sia acquistare che vendere articoli: l'offerta spazia dall'abbigliamento a veicoli e elettrodomestici, fino alla vendita e affitto di case. *Wechat*, sviluppato dalla società cinese *Tencent* e nato come piattaforma dedicata alla messaggistica, ha a sua volta, nel tempo, allargato le proprie funzionalità, inserendo anche opzioni per effettuare pagamenti.

Vista la sua larga diffusione in Cina (oltre 1 miliardo di utenti attivi al giorno), la piattaforma è oggi uno dei principali veicoli per i brand occidentali che vogliono entrare nel mercato cinese, con la possibilità sia di presentare la propria azienda e gamma che di realizzare e fare crescere le loro vendite.