

Gli acquisti sono sempre più rosa e viaggiano sui social network: Register.it (Gruppo Dada) rivela che la rete è femmina!

Le donne sono sempre più rilevanti nelle decisioni di acquisto che passano oggi principalmente attraverso i canali social su cui sono maggiormente presenti e attive degli uomini grazie all'innata propensione alle relazioni e ai contatti.

Firenze, 25 luglio 2012 - Register.it, società leader nel settore della fornitura di servizi di registrazione di domini, hosting, protezione del brand e pubblicità digitale, parte del Gruppo Dada, rivela che lo shopping è sempre più social e rosa.

Più propense alle relazioni e alle connessioni interpersonali, le donne sembrano infatti aver trovato terreno fertile sulla Rete, ambiente in grado di rispondere alle loro esigenze e curiosità, che in Italia ha visto la presenza femminile raddoppiare negli ultimi 6 anni superando nel corso del 2011 il 47% (Fonte: Istat).

Attraverso le condivisioni sul web, le donne trainano oggi già l'80% degli acquisti in generale e sembrano influire in maniera sempre più rilevante anche sullo shopping online, spinto oggi principalmente dai social network. Oltre a crescere più rapidamente rispetto alla presenza maschile, il presidio femminile sembra infatti essere anche più dinamico: il 52% degli utenti attivi a livello globale su Twitter è "femmina" e su Facebook la percentuale sale fino al 54%. Questi dati assumono un significato ancor più rilevante se si considerano le abitudini di consumo: il 51% delle donne che seguono un brand su Facebook e il 67% delle "follower" di aziende su Twitter acquista prodotti legati a quegli stessi marchi.

Spostandosi su Pinterest, il social network dedicato alla condivisione di fotografie, video e immagini - che vanta ad oggi già 11,7 milioni di utenti unici negli Usa - la predominanza delle quote rosa è ancora più netta: l'87% dell'utenza mondiale è composta da donne, che utilizzano le board (equivalente della "bacheca" di Facebook) per trarre ispirazione per i propri acquisti. Secondo le ultime statistiche, 1 utente su 5 compra quello che prima ha "pinnato".

Un altro ambito in cui si registra una forte presenza femminile è quella dei Gruppi d'Acquisto: Groupon vanta ad oggi il 77% di clienti donne.

Non è un caso che, a fronte di una crescita dell'influenza del web e dei social network sulla spesa dei consumatori e quindi sempre più anche dell'e-commerce, le aziende si stiano attrezzando per rispondere adeguatamente alle esigenze di un'audience che si tinge di rosa. E' in questa direzione che sono nati casi come Zappas, Etsy o Diapers, diventati in breve tempo best practice per il mondo dell'e-commerce grazie all'aver puntato sulle peculiarità del mondo femminile, mentre un'azienda del calibro di Amazon ha lanciato il programma ad hoc "Amazon mom".

Nell'infografica dedicata al tema, Register.it lancia uno sguardo anche all'aspetto antropologico, che conferma l'innata predisposizione femminile alle relazioni e al multitasking: secondo l'esperto Robin Dunbar, a fronte di una media ponderata di 150 relazioni stabili che un individuo può costruire, le donne sono in grado di gestire in modo duraturo un numero molto più alto di relazioni rispetto agli uomini.

**Fonti: Istat; ComScore; Tics Y Formacion; 20 First; Techbrunch; Amazing Inforgraphics.*

Gruppo Dada

Dada S.p.A. - quotata al segmento STAR di Borsa Italiana - è uno dei principali player europei nella fornitura nei servizi professionali per la presenza e la visibilità in Rete.

Dada opera in Italia attraverso Register.it S.p.A., leader storico nella fornitura di servizi di registrazione di domini, hosting, protezione del brand e pubblicità a performance scalabile.

Register.it propone ai suoi clienti un'offerta di servizi professionali accessibili tramite la Rete e gestibili attraverso strumenti di controllo semplici e intuitivi. È inoltre il primo operatore italiano accreditato presso ICANN.

Con oltre 500 mila aziende clienti e più di 1,8 milioni di domini di gestione, il Gruppo Dada si posiziona tra le prime realtà del settore della registrazione dei domini Internet e della gestione della presenza online di persone ed aziende in Europa; oltre ad operare in Italia attraverso Register.it S.p.A., Dada è presente in Spagna, Regno Unito e Irlanda, Francia, Portogallo e Olanda rispettivamente attraverso i marchi Nominallia SL, Namesco Limited, PoundHost, Register365 e il Gruppo Amen.

Per ulteriori informazioni:

www.dada.eu

www.register.it

Ufficio stampa | Burson-Marsteller

Cinzia Trezzi - cinzia.trezzi@bm.com

Teresa Munaò - teresa.munao@bm.com

Tel. (+39) 02 72143813

Relazioni Esterne Dada

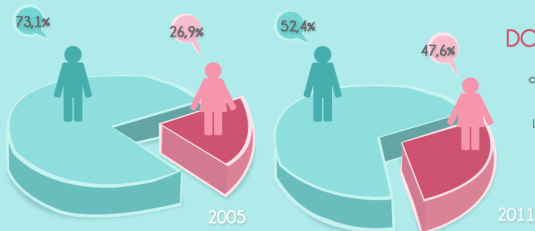
Nicoletta Pinoia - nicoletta.pinoia@dada.eu

Monica Gilardelli - monica.gilardelli@dada.eu

Tel. (+39) 02 54027718

La rete è femmina!

I SOCIAL NETWORK, L'ECOMMERCE E TUTTO IL WEB SI TINGONO DI ROSA.



DONNE INTERNAUTE

La presenza delle donne online cresce più rapidamente rispetto alla presenza degli uomini.

Le donne sono più attive sui social network e contribuiscono al successo dei siti di e-commerce

DONNE SOCIAL

Tutti sono consapevoli di come sia cresciuta l'influenza di Facebook e Twitter nelle scelte di acquisto dei consumatori.

Non tutti si sono accorti che le donne sono i soggetti più attivi su questi social network.



Le donne sono da sempre considerate più sociali, più propense alle relazioni e alle connessioni, nonché più adatte al multitasking.

COME LE DONNE INFLUENZANO L'ECOMMERCE

Le donne influenzano l'80% della spesa dei consumatori

Numero di Dunbar

L'antropologo, Robin Dunbar, misura con un valore oggettivo, l'attitudine a mantenere nel tempo relazioni sociali.

Dunbar ha stabilito una media di 150 come numero di relazioni stabili che noi tutti possiamo mantenere.

Sempre secondo Dunbar, il numero delle relazioni che le donne sono in grado di mantenere online in modo stabile è più alto di quello degli uomini.

Pinterest

Gli utenti di Pinterest, che sono in larga maggioranza donne, utilizzano le board (l'equivalente su Pinterest della bacheca di Facebook) per ispirarsi e per appuntarsi le immagini di tutto quello che vorrebbero acquistare.

Per certe tipologie di business (lusso, moda, viaggi, tecnologia...) questo social network rappresenta un supporto fondamentale per lo sviluppo delle relazioni con i propri clienti e quindi per alimentare con traffico a target il relativo sito di e-commerce.

UTENTI PINTEREST: distribuzione per genere

Le ultime statistiche dichiarano che 1 utente su 5 copre quello che prima ha "pinato".

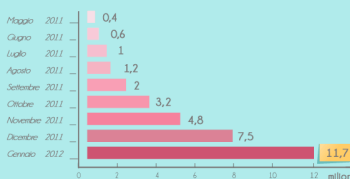
ECOMMERCE AL FEMMINILE

Le donne sono sempre più presenti in rete, attive sui social network, anche perché antropologicamente predisposte, e con Pinterest hanno un nuovo strumento che le aiuta a registrare i loro interessi. Sono proprio loro le principali ispiratrici dell'e-commerce mondiale e molte aziende sviluppano il proprio business cercando di interpretare al meglio i bisogni e le peculiarità di questo target in rosa. Infatti:

- Amazon ha lanciato uno specifico programma chiamato "Amazon Mom".
- Il 77% dei clienti di Groupon è una donna.
- Zappos, Etsy e Diapers sono e-commerce di successo rivolti al mondo femminile.

Pinterest, Visitatori Unici in USA

Secondo comScore, gli 11,7 milioni di utenti unici di Pinterest a Gennaio, ne fanno il sito indipendente più veloce della storia nel varcare la soglia dei 10 milioni di visitatori unici.



LINKOGRAFIA

ISTAT <http://www.istat.it/it/archivio/48368>
 TICSY FORMAZIONE <http://networkedlogos.com/wp/dn>
 20 FIRST <http://www.20first.com/1479-0-why-women-are-the-internet.html>
 TECHCRUNCH <http://techcrunch.com/2011/03/20/why-women-are-the-internet/>
 AMAZING INFOGRAPHICS <http://www.amazinginfographics.com/pinterest-facts-stats-for-marketing-infographic/>