

esw.

REPORT GLOBAL VOICES

Come fare crescere i mercati ecommerce esteri



Sommario



3	Introduzione
4	Mercati ecommerce globali in rapida crescita
5	In breve: mercati e opportunità
7	Focus mercato: Messico
8	Focus mercato: Giappone
9	Focus mercato: India
10	Focus mercato: Corea del Sud
11	Conclusioni

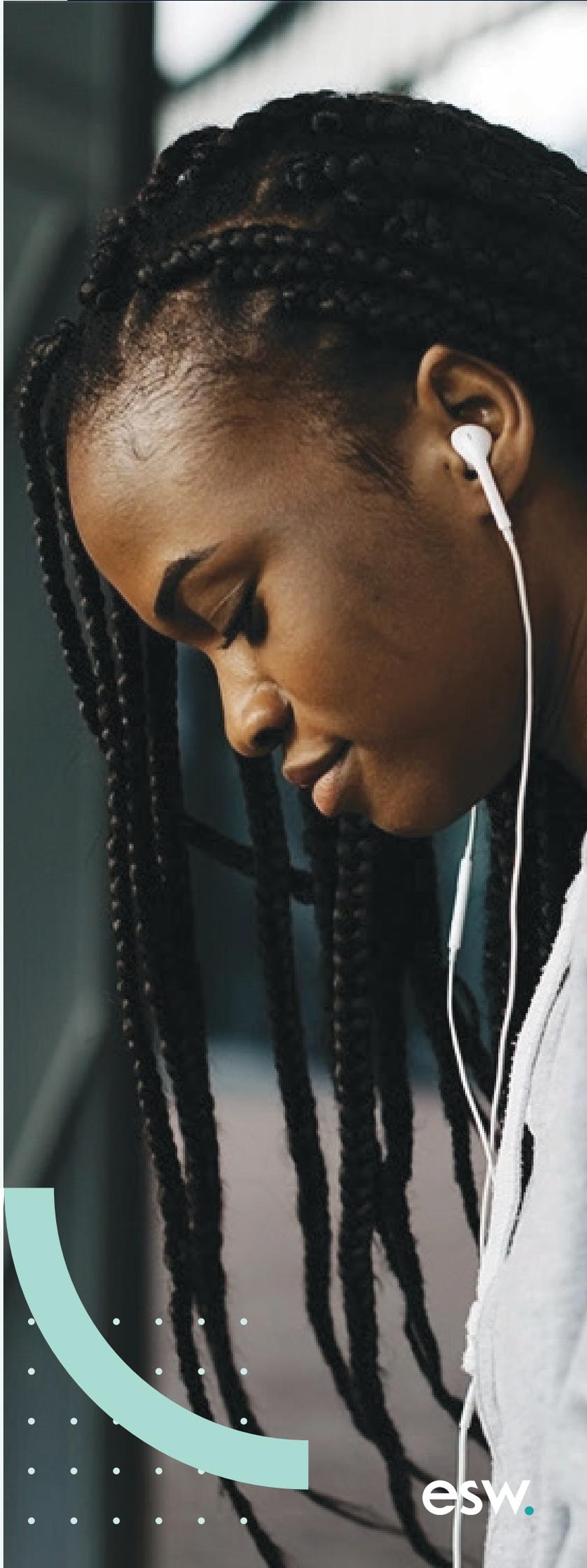
Introduzione

Espandere la presenza globale del tuo brand è il modo migliore per far crescere nuovi business e ricavi a lungo termine. Le tecnologie avanzate e la maggiore penetrazione di Internet stanno offrendo a sempre più brand l'opportunità di espandere la propria portata ad altre aree del mondo.

Tuttavia, scegliere i mercati di espansione giusti non è semplice. È necessario comprendere le diverse culture e aspettative dei consumatori. Per avere davvero successo, è necessario localizzare l'esperienza del cliente.

Per capire cosa desiderano ottenere i consumatori dalla loro esperienza di acquisto, ESW conduce un sondaggio con cadenza annuale. Quest'anno il sondaggio ha coinvolto più di 18.000 acquirenti di 18 Paesi in tutto il mondo.

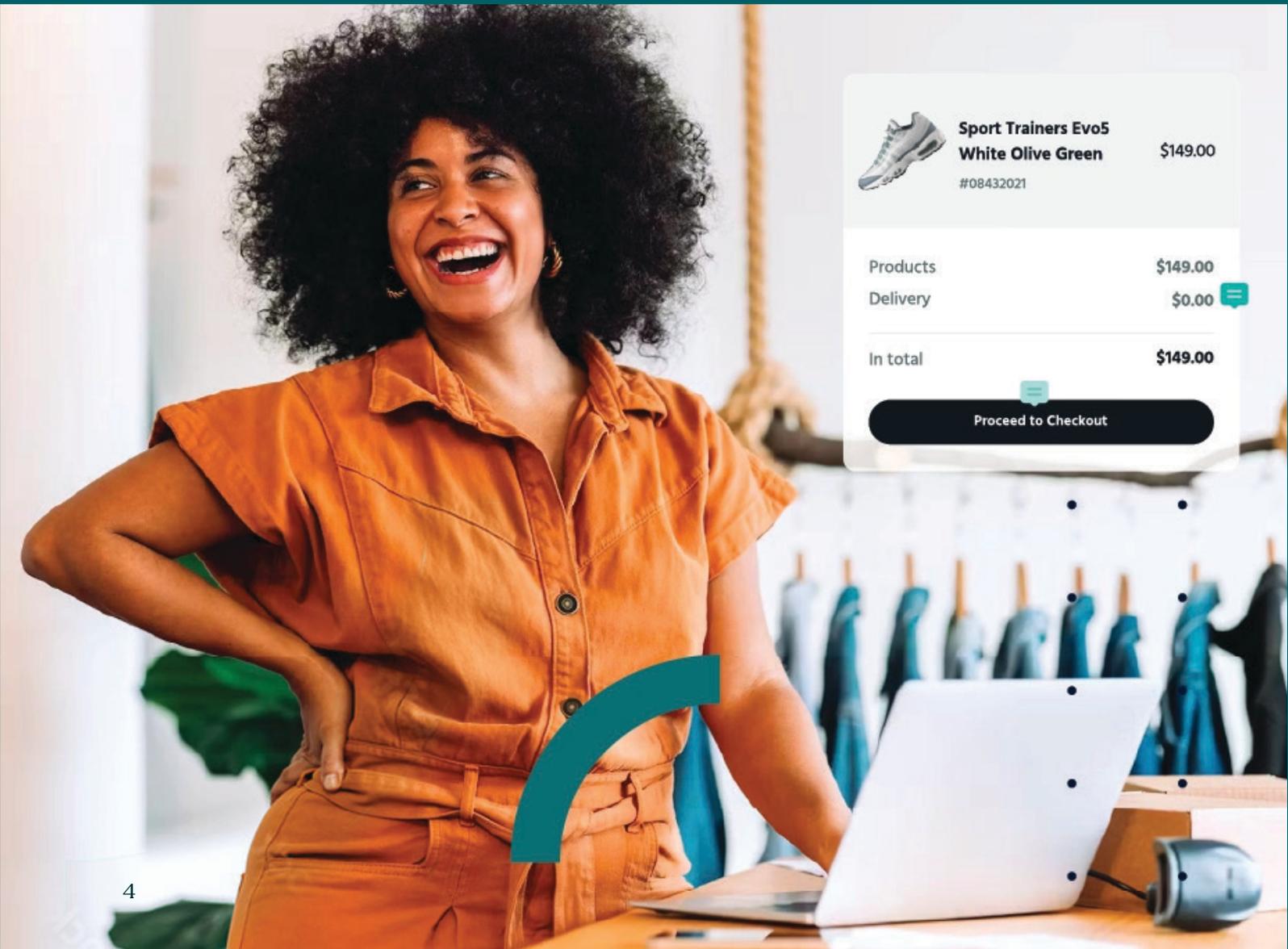
In questo report esaminiamo cosa si aspettano i clienti di quattro dei mercati ecommerce che stanno crescendo più rapidamente e come si possa promuovere una presenza sostenibile e di successo in ciascuno di essi.



Mercati ecommerce globali in rapida crescita

Secondo l'International Trade Administration, per le aree Asia Pacifico e America Latina è previsto il superamento del tasso di crescita annuo composto (CAGR) medio globale dell'ecommerce (11,16%) tra il 2023 e il 2027.

Osservando più da vicino queste aree, India, Corea del Sud, Messico e Giappone spiccano come opportunità di crescita per i brand con canali di ecommerce.



 **Sport Trainers Evo5
White Olive Green** \$149.00
#08432021

Products	\$149.00
Delivery	\$0.00
In total	\$149.00

[Proceed to Checkout](#)

In breve: mercati e opportunità

Messico



L'80% degli acquirenti online ha effettuato acquisti internazionali nel 2022.¹



Facebook e WhatsApp raggiungono il 93% della popolazione.¹



Il 68% degli intervistati prevede di spendere online altrettanto o ancora di più nel 2024.²



Giappone



Il Giappone è il 4° mercato ecommerce del mondo.³



Il mercato ecommerce è raddoppiato negli ultimi 9 anni.⁴



Il 61% degli intervistati prevede di sostenere gli stessi livelli di spesa online nel 2024.²



India



Si prevede che il mercato e-commerce cresca del 18,29% entro il 2026.⁵



L'India conta 125 milioni di acquirenti online e altri 80 milioni sono previsti nei prossimi 3 anni.⁶



Oltre un quarto dei consumatori effettua più di 72 acquisti online all'anno (dato secondo solo a quello della Cina nell'area Asia Pacifico).²



Corea del Sud



L'e-commerce è il canale di vendita al dettaglio più grande in Corea del Sud.⁷



Nel 2022, l'e-commerce internazionale ha raggiunto 4,7 milioni di dollari.⁷



Il 66% degli intervistati prevede di spendere altrettanto online o anche di più nel 2024.²

1. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/mexico-e-commerce>
2. ESW Global Voices Survey conducted November 2023
3. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/japan-e-commerce-0>
4. <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01784/>

5. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/india-online-marketplace-and-e-commerce>
6. <https://www.ibef.org/industry/ecommerce>
7. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-e-commerce>

FOCUS MERCATO:

Messico



Il mercato dell'e-commerce in Messico ha intrapreso un percorso di crescita. Gli acquirenti tengono conto dei brand, ma quando fanno acquisti online danno priorità al prezzo e agli sconti. Prezzo e disponibilità dei prodotti sono i principali fattori che determinano gli acquisti internazionali.

Le destinazioni internazionali più amate dagli acquirenti del Messico sono Stati Uniti, Cina e Canada.

66%

Il 66% degli intervistati effettua **online da 1 a 2 ordini** al mese.

40%

Il 40% dei consumatori attribuisce **priorità al prezzo** quando effettua un acquisto.

34%

Il 34% dei partecipanti al sondaggio afferma di essere **più propenso a fare acquisti internazionali** se i prezzi sono inferiori a quelli praticati a livello nazionale.

80%

In America Latina i clienti ESW hanno registrato dal 2021 al 2022 **una crescita delle vendite** dell'80% su base annua.



Per soddisfare le aspettative dei clienti, i brand globali devono **personalizzare le strategie di magazzino e i prezzi**, pur mantenendo costanti i margini.

FOCUS MERCATO:

Giappone



Il Giappone è un mercato ecommerce evoluto con consumatori entusiasti che, tuttavia, si aspettano che i prezzi online siano inferiori a quelli dei negozi fisici e i tempi di consegna più brevi rispetto alla media globale.

1.003 \$

Lo scorso anno la spesa **online media** per intervistato è stata di 1.003 dollari.

66%

Quest'anno, il 66% prevede **di spendere altrettanto online.**

37%

Il 37% degli intervistati afferma che i **prezzi più bassi** sono la ragione principale per cui si scelgono gli acquisti internazionali.

40%

Solo il 40% sostiene che, in cambio di una **spedizione gratuita**, è disposto ad attendere fino a un massimo **di 7 giorni**, rispetto a una media globale dell'89%.



“Fin dall’inizio della nostra espansione globale, ESW ha operato da partner, non solo da fornitore, condividendo e integrando la propria esperienza nell’ecommerce DTC globale”

Andrea Ferrazzi

Responsabile Digital, Damiani Group



I brand globali devono **localizzare il magazzino** per garantire consegne puntuali, oltre ad accertarsi che le **strategie di prezzo** siano in linea con la domanda locale.

esw.

FOCUS MERCATO

India



Con oltre 800 milioni di utenti Internet, l'India è uno dei mercati di ecommerce più vasti al mondo. Gli acquirenti in India apprezzano i prodotti di qualità e sono fedeli ai brand.

2X

Inoltre sono 2 volte più propensi ad acquistare da **un brand conosciuto** rispetto alla media globale.

13%

Gli intervistati sono del 13% più propensi a provare **nuovi brand** rispetto alla media globale.

89%

L'89% acquista solo **brand percepiti come autentici** (rispetto alla media dell'81%).

83%

Lo scorso anno l'83% degli acquirenti in India ha acquistato abbigliamento online. **L'abbigliamento è la prima categoria di acquisto.**

I centri di reso nazionali ESW e le opzioni di pagamento locali consentono ai brand globali di offrire l'esperienza di alta qualità che gli acquirenti desiderano.



I brand globali devono **preparare un catalogo** con prodotti di qualità e presentare una storia di autenticità del brand.

FOCUS MERCATO

Corea del Sud



In Corea del Sud l'e-commerce è il principale canale di vendita al dettaglio. I consumatori preferiscono gli acquisti internazionali perché possono ottenere prezzi migliori, sia dai Paesi vicini che da quelli occidentali. Il 60% degli acquisti avviene online e solo il 40% in negozi fisici.

45%

45% Ottenere un **prezzo più basso** è il fattore determinante per preferire gli acquisti internazionali.

42%

Il 42% dei consumatori afferma che decide di acquistare localmente quando i **tempi di consegna sono più rapidi**.

No. 1

No. 1 Gli Stati Uniti sono il **mercato internazionale principale**, seguiti da Cina, Giappone e Regno Unito.

95%

95% Dopo la collaborazione con ESW, il brand di gioielleria Damiani ha registrato **un aumento del 95% degli acquirenti internazionali** nell'area Asia Pacifico.



I brand devono **riorganizzare strategicamente** il magazzino, per garantire tempi di consegna equivalenti a quelli nazionali.



Conclusioni

I mercati globali si stanno espandendo e offrono a te e al tuo brand l'opportunità di incrementare guadagni e livelli di fidelizzazione. Gli acquirenti di questi mercati hanno, tuttavia, aspettative e valori diversi.

Per garantirti il successo, devi localizzare l'esperienza di acquisto, pagamento e spedizione per ciascun mercato.

ESW dispone dell'esperienza, della tecnologia e della rete logistica necessarie per accelerare l'espansione sui mercati di tutto il mondo. Valorizza il tuo brand in tutto il mondo. Contattaci subito.

Metodologia: le risposte sono state raccolte da un panel online di adulti di età superiore ai 18 anni, rappresentativo delle quote nazionali per i principali gruppi demografici in 18 Paesi. Le domande e le risposte del sondaggio sono state tradotte nella lingua madre di ciascun Paese e le valute sono state convertite in valute locali prima di essere riconvertite in dollari USA a scopo di confronto. Tra il 31 ottobre e il 14 novembre 2023 sono stati realizzati 18.679 sondaggi. Il margine di errore complessivo è di circa il 5% con un livello di confidenza del 95%, che varia in base alla popolazione del Paese.

CONTATTACI AL

growmybrand@esw.com

VISITA

[ESW.com](https://www.esw.com)