

<https://www.msn.com/it-it/money/storie-principali/commercio-elettronico-cresce-la-richiesta-di-professionisti/ar-BB1aMx9g>

Commercio elettronico, cresce la richiesta di professionisti

Redazione Romana · Un giorno fa

Il commercio elettronico in Italia e in tutto il mondo è in crescita costante da diversi anni. Nel corso del biennio 2019-2020, la navigazione da desktop è passata da 28,4 a 38,5 milioni di utenti unici al mese. Non solo: l'85% della popolazione web ha utilizzato il mobile per fare shopping, il 34% lo usa spesso e il 14% sempre.

© Fornito da Avvenire

L'emergenza Covid-19, negli ultimi mesi, ha confermato questa tendenza di crescita: in Italia, il 48% dei consumatori ha incrementato gli acquisti on line dallo scoppio della pandemia, modificando non solo la tipologia di prodotti acquistati, ma anche i luoghi di acquisto e il modo con cui trovare nuovi negozi o prodotti. Nel 2020, il numero di

POTREBBE PIACERTI

- Taglia le bollette della luce: confronta tutti i...
ComparaSemplice.it
- La tua data di nascita è anteriore al...
Honor Clear
- I giocatori di tutto il mondo hanno atteso...
Forge of Empires

Easy Hunters. Commercio elettronico, cresce la richiesta di professionisti
In particolare web content editor o category manager. Devono sviluppare, gestire un canale di vendita on line e offrire supporto ai clienti

Il commercio elettronico in Italia e in tutto il mondo è in crescita costante da diversi anni. Nel corso del biennio 2019-2020, la navigazione da desktop è passata da 28,4 a 38,5 milioni di utenti unici al mese. Non solo: l'85% della popolazione web ha utilizzato il mobile per fare shopping, il 34% lo usa spesso e il 14% sempre.

L'emergenza Covid-19, negli ultimi mesi, ha confermato questa tendenza di crescita: in Italia, il 48% dei consumatori ha incrementato gli acquisti on line dallo scoppio della pandemia, modificando non solo la tipologia di prodotti acquistati, ma anche i luoghi di acquisto e il modo con

cui trovare nuovi negozi o prodotti. Nel 2020, il numero di acquirenti digitali dovrebbe essere di 2,05 miliardi e si prevede che il numero continuerà a crescere nel 2021 raggiungendo i 2,14 miliardi. Questo significa che una persona su quattro acquisterà online, ovvero il 26,28% dei 7,8 miliardi di persone nel mondo. (Fonte Nasdaq). Entro il 2040 il commercio elettronico faciliterà fino al 95% degli acquisti e, nel giro dei prossimi due anni, le vendite globali di e-commerce per i beni di largo consumo diventeranno un'opportunità dal valore di 400 miliardi di dollari.

La situazione in Italia. I consumatori on line italiani sono circa 38 milioni, ovvero il 62% della popolazione, e si prevede che entro il 2023 raggiungeranno quota 41 milioni. In Italia le piccole imprese che vendono on line sono aumentate del 2% nel 2018, raggiungendo quota 9%. La media europea è del 15% ma il divario è in diminuzione. «Da inizio anno – spiega **Francesca Contardi**, Managing Director di EasyHunters – sono due milioni i nuovi consumatori on line in Italia (in tutto 29 milioni). Di questi, 1,3 milioni nati a seguito all'impatto dell'emergenza sanitaria del Covid-19. L'acquisto dei prodotti di largo consumo venduti on line ha registrato un +81% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso e, stando alle stime la crescita dell'E-Commerce quest'anno lieviterà fino al 55% a livello mondiale. Questo significa che gran parte delle aziende, di ogni settore e tipologia, avranno nei prossimi mesi una grande necessità di inserire **professionisti che possano sviluppare, gestire un canale di vendita on line e offrire supporto ai clienti. Pensiamo ad esempio al web content editor o ai category manager.** Le retribuzioni sono molto interessanti, anche per profili con poca esperienza: parliamo di circa 40mila euro lordi all'anno per i category manager e intorno ai 35mila per i web content editor, con esperienza tra i due e i cinque anni”.

Il futuro del lavoro è sempre più digitale. Da qui al 2030, sull'onda della diffusione di nuove tecnologie, aumenterà la richiesta di **e-reputation manager, marketing consultant specializzati in intelligenza artificiale, neuromarketing manager, esperti in profilazione e narrowcaster e infine augmented reality marketing manager.** «Questi ultimi mesi – aggiunge Contardi – ci hanno dimostrato che nessuna azienda può permettersi di non avere una vetrina on line perché il rischio, se non si ha una alternativa al negozio fisico, è perdere una grande fetta di clienti che, come abbiamo visto dai dati, sono disposti, anche in caso di chiusura forzata dei punti vendita per ragioni sanitarie, ad acquistare ciò che desiderano anche attraverso gli e-commerce».