

Impatto di PayPal su tassi di conversioni, frequenza di acquisto e soddisfazione dei clienti

Indagine di mercato condotta in Italia -
Marzo 2021



nielsen

Impatto di PayPal per i venditori italiani

Per dimostrare l'alta incidenza nell'ottimizzare il tasso di conversione degli acquisti, PayPal ha commissionato a Nielsen uno studio per misurare il suo impatto su:

382 grandi aziende italiane + **11** settori merceologici

PayPal aiuta i venditori a migliorare

Tasso di conversione delle vendite



82 %

Incremento del tasso di conversione medio se si sceglie PayPal. Il completamento dell'acquisto è **17,2x** più probabile quando è visibile PayPal.*1

Frequenza di acquisto



12 %

Incremento di acquisti ripetuti se c'è l'opzione PayPal.²

*La conversione è effettiva nel momento in cui il cliente inizia a pagare

1. Nielsen, indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia di diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Behavioural Panel analizzando 153.911 transazioni desktop di 57.161 consumatori, da ottobre 2019 a settembre 2020.

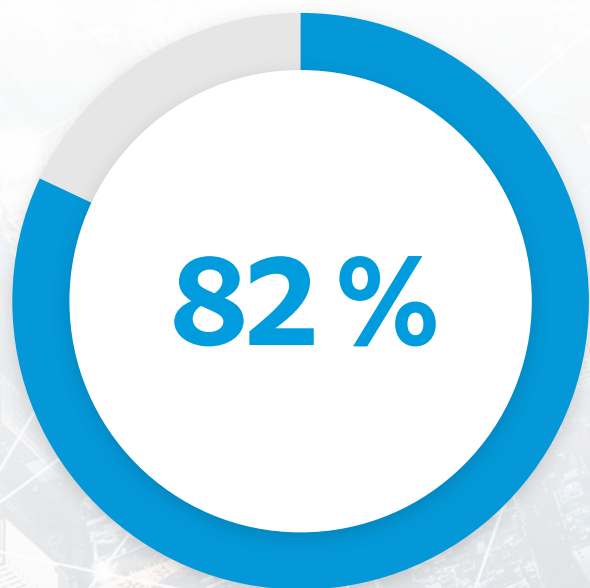
2. Nielsen Media Behavioural Panel: transazioni da desktop di 57.161 consumatori in Italia (IT) tra ottobre 2019 e settembre 2020.



Conversioni

Gli utenti di PayPal sono più propensi ad acquistare se è presente l'opzione PayPal

La rete di consumatori PayPal aiuta a creare un impatto positivo grazie a fiducia e credibilità.



PayPal incrementa il tasso di conversione* al pagamento dell'**82%**



Il tasso di completamento dell'acquisto è **17,2x più probabile** nei siti in cui è visibile PayPal.

*La conversione è effettiva nel momento in cui il cliente inizia a pagare Nielsen, indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia di diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Behavioural Panel analizzando 153.911 transazioni desktop di 57.161 consumatori, da ottobre 2019 a settembre 2020.



Frequenza di acquisto

PayPal offre ai consumatori la tranquillità per acquistare rapidamente e con maggiore frequenza

PayPal aiuta a migliorare la sicurezza degli acquirenti



12%

Incremento delle probabilità che i consumatori ripetano gli acquisti se vedono l'opzione PayPal



PayPal offre ai commercianti più possibilità di:

- Migliorare il tasso di conversione al pagamento
- Incrementare il valore medio dell'ordine
- Generare acquisti ripetuti
- Fornire un'esperienza soddisfacente ai commercianti e ai loro clienti online
- Beneficiare dell'affidabilità e completezza che derivano dalla visibilità del marchio PayPal: risultati di business tangibili e misurabili.



Impatto di PayPal Checkout per settore merceologico in Italia



Alimentari

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.





Alimentari



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

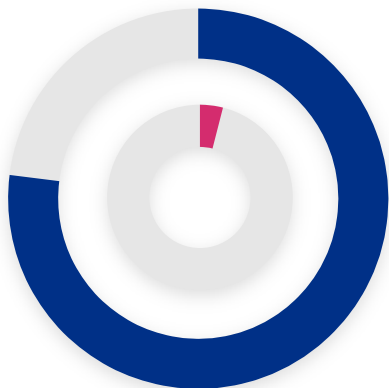
Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

Elettronica

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.

77% Aumento del tasso di conversione al pagamento¹

4% Incremento di acquisti ripetuti²



*Conversioni al pagamento misurate dal momento in cui il cliente inizia a pagare.

1. Nielsen Media Behavioural Panel of Italy (IT): 153.911 transazioni di acquisto da desktop tra ottobre 2019 e settembre 2020.

2. Utenti PayPal che effettuano 2 o più acquisti con PayPal dallo stesso sito che accetta PayPal e utenti non PayPal che effettuano 2 o più acquisti non-PayPal dallo stesso sito che non accetta PayPal.



Elettronica



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

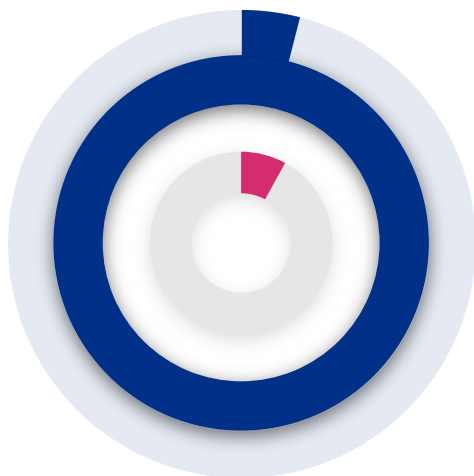
Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

Abbigliamento e moda

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.

104% Aumento del tasso di conversione al pagamento¹

8% Incremento di acquisti ripetuti²



*Conversioni al pagamento misurate dal momento in cui il cliente inizia a pagare.

1. Nielsen Media Behavioural Panel of Italy (IT): 153.911 transazioni di acquisto da desktop tra ottobre 2019 e settembre 2020.

2. Utenti PayPal che effettuano 2 o più acquisti con PayPal dallo stesso sito che accetta PayPal e utenti non PayPal che effettuano 2 o più acquisti non-PayPal dallo stesso sito che non accetta PayPal.



Abbigliamento e moda



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.



Salute e bellezza



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

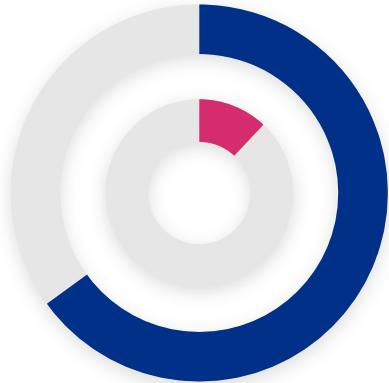
Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

Multi-categoria

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.

65% Aumento del tasso di conversione al pagamento¹

12% Incremento di acquisti ripetuti²



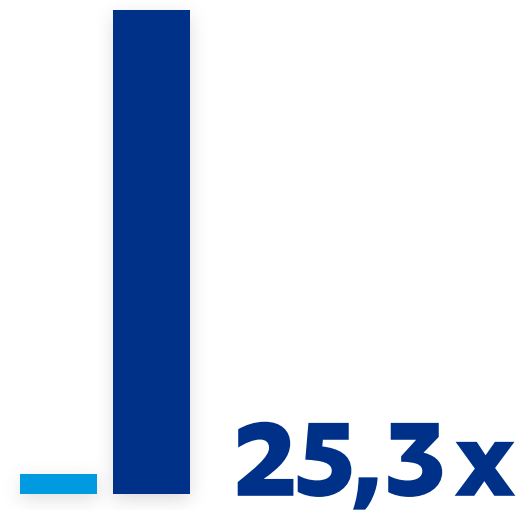
*Conversioni al pagamento misurate dal momento in cui il cliente inizia a pagare.

1. Nielsen Media Behavioural Panel of Italy (IT): 153.911 transazioni di acquisto da desktop tra ottobre 2019 e settembre 2020.

2. Utenti PayPal che effettuano 2 o più acquisti con PayPal dallo stesso sito che accetta PayPal e utenti non PayPal che effettuano 2 o più acquisti non-PayPal dallo stesso sito che non accetta PayPal.



Multi-categoria



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

Salute e bellezza

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.



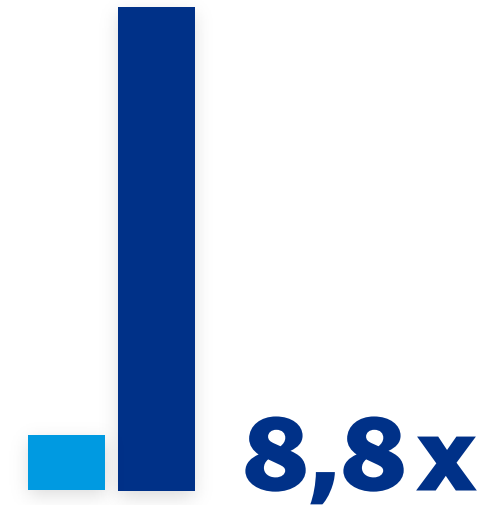
Intrattenimento e svago

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.





Intrattenimento e svago



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

Viaggi

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.

151% Aumento del tasso di conversione al pagamento¹

20% Incremento di acquisti ripetuti²



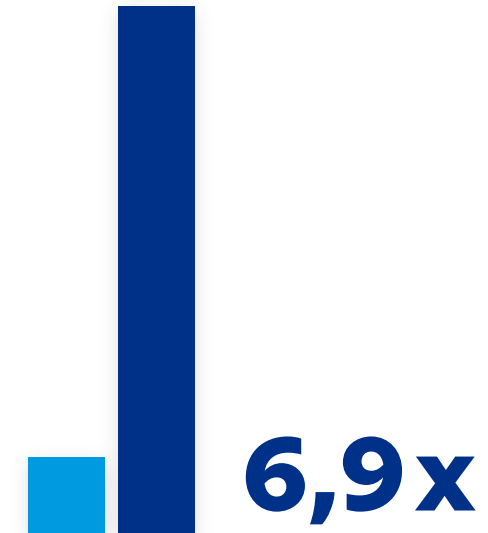
*Conversioni al pagamento misurate dal momento in cui il cliente inizia a pagare.

1. Nielsen Media Behavioural Panel of Italy (IT): 153.911 transazioni di acquisto da desktop tra ottobre 2019 e settembre 2020.

2. Utenti PayPal che effettuano 2 o più acquisti con PayPal dallo stesso sito che accetta PayPal e utenti non PayPal che effettuano 2 o più acquisti non PayPal dallo stesso sito che non accetta PayPal.



Viaggi



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioral Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

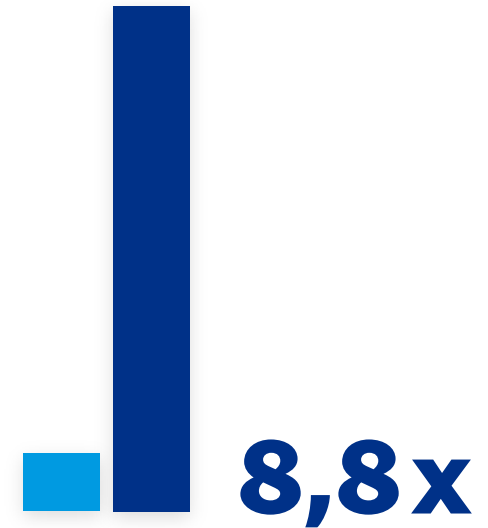
Giochi

Impatto di PayPal in confronto ad altri metodi di pagamento online.





Automobili



Incremento delle probabilità di conversione negli acquisti online presso venditori che espongono il marchio PayPal.

Nielsen, ha effettuato un'indagine commissionata da PayPal per comprendere e misurare l'impatto di PayPal sui venditori LE in Italia (tranne Amazon) in diversi settori verticali (es., salute e bellezza, viaggi, moda). Lo studio è stato condotto da Nielsen Media Behavioural Panel of Italy (IT) analizzando le transazioni desktop di 27.425 consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020. Sono stati considerati commercianti che vendono diversi tipi di beni/servizi, come articoli per la casa, l'ufficio e articoli vari.

