

9 luglio 2009 0:00



MONDO: La bonta' di un prodotto? Mi fido dei consigli dei consumatori pubblicate su Internet

Nel mondo i consigli personali e le opinioni pubblicate online dai consumatori rappresentano le forme di advertising ritenute piu' affidabili. E' il risultato dell'ultima indagine semestrale Nielsen condotta su oltre 25mila consumatori di 50 Paesi del mondo. L'indagine ha evidenziato che nove consumatori internet su dieci (il 90 per cento) si fidano dei consigli di persone che conoscono, mentre sette su dieci (il 70 per cento) si fidano delle opinioni dei consumatori pubblicate online. In Italia queste due forme di pubblicita' sono in assoluto quelle di cui i consumatori si fidano maggiormente, con un gap minore in termini percentuali tra i consigli di persone che si conoscono (l'85 per cento) e quelli pubblicati online (l'80 per cento).

Le aziende che investono in pubblicita' saranno comunque incoraggiate dal fatto che a livello globale la percentuale di consumatori che si fida delle opinioni pubblicate online (70 per cento) e' la stessa rilevata per i siti web dei marchi. Quest'ultima risulta essere la prima tipologia tra quelle di advertising gestite direttamente dalle aziende.