

IoT, Amazon Dash sbarca in Italia da metà novembre

Dal 15 novembre arriva in Italia **Amazon Dash**, il bottone IoT che, una volta premuto, permette di ordinare i prodotti dei marchi preferiti, da ricevere a casa via e-commerce. Negli Stati Uniti i marchi sono oltre 200, ma in Italia si parte da 27 brand. Il pulsante WiFi, riservato ai clienti Amazon Prime, comunica con la piattaforma di e-commerce e il proprio smartphone tramite un'app: basta premerlo per comprare i prodotti desiderati.



IoT, Amazon Dash sbarca in Italia da metà novembre

Ciascun bottone è collegato a un solo marchio, il cui logo appare sul dispositivo di Internet of Things (IoT). Quando l'utente sta terminando le scorte casalinghe di un determinato prodotto (prodotti per l'igiene, lamette da barba, detersivi, pasta e consumabili eccetera), è sufficiente

premere il pulsante, per lanciare in automatico l'ordine di acquisto, il prodotto verrà recapitato il giorno seguente.

HOW IT WORKS

SET IT



Use Amazon App to pair Dash Button to your product

PRESS IT



Press the button when you're running low

GET IT



Receive your product before you run out

Amazon mette in vendita il pulsante al prezzo di 4,99 euro, ma in cambio offre uno sconto dello stesso importo sul primo ordine effettuato. Dunque, il tasto è regalato. Dopo aver schiacciato il bottone, una notifica arriva sullo smartphone: è possibile cancellare il processo se il tasto è stato premuto involontariamente. Se l'utente conferma, parte l'acquisto e il giorno la merce è consegnata. Dash ha una batteria che dura anni.

I 27 marchi che aderiscono all'iniziativa IoT di Amazon sono: Ace, **Barilla**, Biorepair, Brabantia, Caffè Vergnano 1882, **il detersivo Dash**, Derwent, Durex, Fairy, **Finish**, GBC, **Gillette**, Huggies, Kleenex, L'Angelica, **Lines** e Lines Specialist, **Mulino Bianco**, Nerf, Nobo, **Pampers**, Pellini, Play-Doh, Rexel, Scholl, **Scottex**, Scottonelle, **Tampax**.

Il mercato dell'[e-commerce in Italia](#) dovrebbe archiviare il 2016, mettendo a segno un balzo **del 17%** rispetto al 2015: si stima che lo shopping online tagli il traguardo dei **19,3 miliardi di euro** di vendite in Rete. Ma siamo **lontano dalle percentuali di Spagna e Francia**, a quota 30 e quasi 70 miliardi di euro prodotti all'anno. Il culmine dell'e-commerce si verifica nelle settimane che accompagnano lo [shopping natalizio](#), dal Black-friday al Cyber-monday, fino a Natale.

WhitePaper – Sei interessato ad approfondire l'argomento? Scarica il Whitepaper: [Come trasformare in profitto i carrelli abbandonati online](#)