

Supply chain anello debole e-Commerce

Focus n. 52 del 30 settembre 2015

a cura di Studio Associato Bortolazzi & Borghesani partner BHR Group



Il Focus In Breve

La puntualità di consegne e gestione efficiente di ordini e resi sono punti di forza del negozio online per gli acquisti sul web.



Cresce l'e-commerce in Europa e con esso il numero di ordini online che le imprese devono gestire, con crescenti problemi di logistica e supply chain. I consumatori riscontrano sempre più intoppi con gli acquisti web, come confermato dalla survey JDA/Centiro, condotta negli ultimi 12 mesi tra 6.151 consumatori in Regno Unito, Germania e Svezia: quasi la metà degli utenti tedeschi (48%) ha riscontrato problemi, contro il 47% del Regno Unito ed il 38% della Svezia.

Punti deboli

Tra le maggiori problematiche spicca, come è lecito aspettarsi, il ritardo nelle consegne: 48% in Germania, 46% nel Regno Unito e 40% in Svezia. La reazione più diffusa è quella di cambiare retailer online, scelta prospettata dal 73% degli intervistati in Svezia, il 71% nel Regno Unito e il 65% in Germania.

Nella scelta del retailer gli utenti guardano alla possibilità di scegliere tra varie opzioni di consegna: lo fa il 46% del campione del Regno Unito, il 32% della Svezia ed il 29% della Germania. Tra gli altri parametri di valutazione ci sono costo e praticità della consegna, piuttosto che la velocità.

Tra i nuovi servizi ritenuti particolarmente



interessanti troviamo il "Click & Collect" e "Drive", valutati sempre più spesso come alternative interessanti rispetto alla consegna a domicilio per costo e praticità: nel Regno Unito questa tendenza vede interessato quasi la metà del campione (49%), contro il 23% della Germania, mentre in Svezia gli intervistati utilizzerebbero i servizi "Click & Collect" (64%) e "Drive" (42%) se fossero offerti dai supermercati. Jason Shorrock, Retail Strategy Director di JDA, sottolinea:

«L'importanza di un servizio eccellente, abbinata a un buon valore e alla flessibilità delle opzioni di consegna, non deve essere sottovalutata. I retailer devono assicurarsi di sviluppare in modo adeguato la capacità e la flessibilità delle proprie supply chain per soddisfare le elevate aspettative dei clienti».

Non deve inoltre essere sottovalutata la gestione dei resi: la facilità di restituzione degli articoli ricopre un ruolo importante nella scelta dei retailer per il 78% dei consumatori in Germania, il 69% in Svezia e il 63% nel Regno Unito. E in merito alla gestione dei resi si

dichiara insoddisfatto il 37% degli intervistati nel Regno Unito e in Svezia e il 26% in Germania. Il

motivo? Hanno dovuto pagare le spese di spedizione e imballaggio per restituire gli articoli. Poi c'è un ulteriore 24% dei consumatori nel Regno Unito, 18% in Germania e 12% in Svezia frustrato perché ha dovuto restituire gli articoli tramite posta o attendere un corriere. Jason Shorrock fa notare:

«Mentre il Regno Unito rimane il paese più avanzato, anche i mercati del retail online più maturi in Europa, come Germania e Svezia, sono stati interessati dalla tendenza dello shopping online. La propensione generale degli europei nei confronti dello shopping online è elevata e la sfida dell'evasione degli ordini per i retailer non farà altro che intensificarsi. I retailer devono riuscire a potenziare le operazioni della supply chain per soddisfare la domanda e avranno bisogno di una gestione più sofisticata e complessa supportata da solide capacità di pianificazione ed evasione intelligente degli ordini. Questo sarà il principale obiettivo dei retailer europei nei prossimi cinque anni».