



I negozi online si stanno preparando per il periodo più intenso dell'anno: li aspetta un picco del 107% di ordini in più rispetto a una settimana ordinaria di shopping. Sebbene il Black Friday e il Cyber Monday anche quest'anno siano responsabili di una vigorosa impennata, la piattaforma internazionale di spedizioni e-commerce Sendcloud prevede una drastica diminuzione delle spedizioni rispetto allo scorso anno: il volume dei pacchi scenderà del 19% rispetto allo stesso periodo del 2021.

Il picco dal Black Friday al Natale

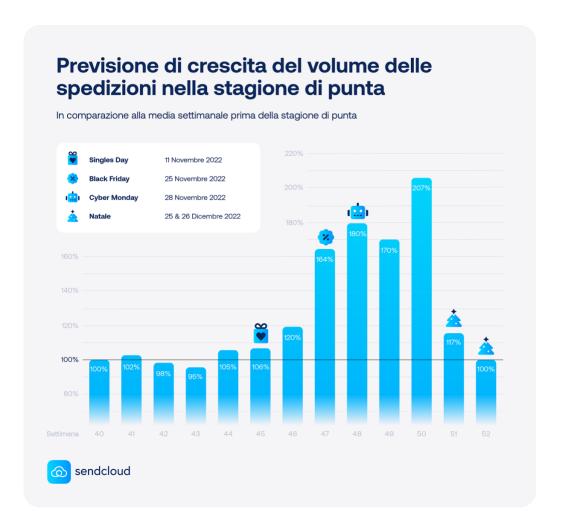
In questo periodo dell'anno il volume dei pacchi non crescerà solo durante le festività tradizionali, ma è già stato rilevato un incremento a partire dal Singles Day dell'11 novembre. Il trend sta continuando anche in questi giorni, secondo la previsione basata su dati storici di Sendcloud, la piattaforma di spedizione all-in-one leader in Europa. Se lentamente durante la settimana del Black Friday verrà registrato un numero di spedizioni maggiore (+64%), è solo a partire dal Cyber Monday che questo dato prenderà il volo con un aumento dell'80%. Il picco verrà raggiunto proprio prima di Natale, con un numero di pacchi più di due volte superiore al solito (+107%).

Sebbene il fine settimana del Black Friday sia quello in cui si registrerà il maggior numero di ordini, molti di questi vengono spediti solo dopo il fine settimana: di conseguenza, si prevede che il giorno più "affollato" dell'anno sarà proprio il Cyber Monday, con un aumento del 255% dei pacchi rispetto a un giorno medio.

Meno personale, più consegne: quattro consigli per rendere questo periodo un vero successo

Nonostante il Black Friday e il Cyber Monday rappresentino una sfida abituale per i rivenditori, quest'anno la stagione del picco e-commerce sembra diversa dal solito. Rob van den Heuvel, CEO e co-fondatore di Sendcloud, riassume così: "Per la prima volta da due anni a questa parte, i consumatori possono nuovamente scegliere se fare acquisti online o nei negozi tradizionali. Anche se il numero di ordini online sarà relativamente inferiore rispetto agli anni precedenti, i rivenditori online dovranno fare i conti con reti di pacchi congestionate a causa della carenza di personale. Il nostro consiglio per i rivenditori, dunque, è affidarsi a più corrieri per le proprie spedizioni, perché questo aiuta a distribuirle e permette ai commercianti di essere flessibili in caso di ritardi".





Ecco i quattro consigli condivisi da Sendcloud ai rivenditori online in vista dell'alta stagione:

Invogliare i consumatori a optare per i punti di ritiro

Offrire opzioni di spedizione flessibili, come shop2shop e punti di ritiro, è un aspetto fondamentale al giorno d'oggi. Poiché il corriere può evitare di fermarsi davanti a ogni porta e consegnare direttamente al punto di ritiro convenzionato, la garanzia del successo della prima consegna è del 100%. La spedizione ai punti di ritiro contribuisce quindi a ridurre la pressione sulle reti di spedizione dei pacchi durante il picco degli ordini.

Distribuire i rischi e i volumi dei pacchi

Un altro punto da tenere presente è rendersi meno vulnerabili attraverso una strategia multi-corriere, almeno durante il periodo più intenso dell'anno. In qualità di rivenditore online, esiste un forte legame con la rete con la guale si lavora e con la sua capacità. In caso



di contrattempi, come la carenza di personale, è bene poter distribuire i rischi: ecco perché, affidandosi a più compagnie di spedizione, si potranno trasferire gli ordini da un corriere all'altro per garantire che la domanda dei clienti sia sempre soddisfatta efficientemente.

La gestione delle aspettative è fondamentale

Comunicare con i propri clienti prima dei periodi di punta aiuta a rendere i consumatori consapevoli dei potenziali imprevisti. Ad esempio, ogni rivenditore potrebbe indicare nella propria homepage il periodo ottimale per effettuare gli ordini in modo da riceverli per tempo. In questo modo i clienti saranno incoraggiati ad evitare gli acquisti dell'ultimo minuto e ad orientarsi per tempo.

Assicurarsi che le notifiche di spedizione siano tempestive

"Dov'è il mio ordine in questo momento?" è una delle domande più frequenti che i negozi online ricevono, e certamente per una buona ragione. Assicurarsi di attivare in anticipo le notifiche automatiche di tracciamento per aggiornare i clienti via SMS o e-mail in caso di modifiche è una procedura utile per mantenere buone relazioni con loro. In questo modo, i consumatori sanno esattamente quando dovrebbero essere a casa o quando possono recarsi a ritirare un pacco.



© riproduzione riservata pubblicato il 17 / 11 / 2022