

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%).

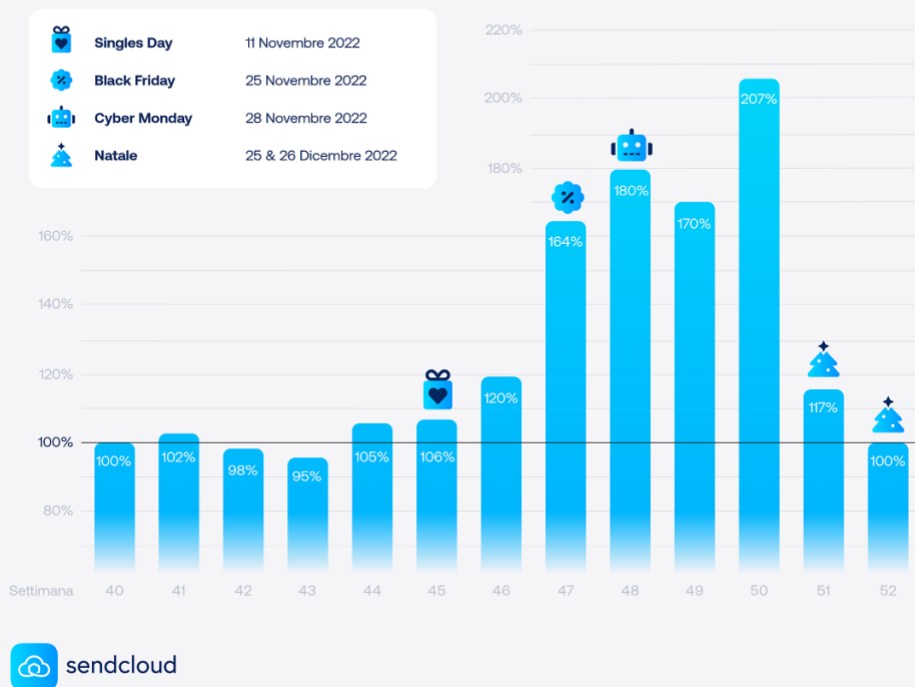
Sebbene il fine settimana del Black Friday sia quello in cui si registrerà il maggior numero di ordini, molti di questi vengono spediti solo dopo il fine settimana: di conseguenza, si prevede che il giorno più "affollato" dell'anno sarà proprio il Cyber Monday, con un aumento del 255% dei pacchi rispetto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

Previsione di crescita del volume delle spedizioni nella stagione di punta

In comparazione alla media settimanale prima della stagione di punta



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 quale 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.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



TRUCK_{by}
PNEUSNEWS

© riproduzione riservata pubblicato il 17 / 11 / 2022