

POLITECNICO DI MILANO
School of Management
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE
MIP
In collaborazione
netcomm
IL CONSIGLIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

OSSERVATORI.NET
ICT & Management
www.osservatori.net

Logistica e eCommerce B2c

Osservatorio eCommerce B2c
Netcomm - School of Management Politecnico di Milano

26 Febbraio 2014

PARTNER

accenture
High performance. Delivered.

amadeus
Your technology partner

SELLA
DIGITAL SOLUTION

BRT
COMMERCE
BRAND

CartaSi

COMPASS
GRUPPO MEDIABANCA

mamadigital

ebay™

FACT-Finder®
Europe's leading conversion engine

hybris software
THE FUTURE OF COMMERCE

IBM

INTESA
SANPAOLO

PayPal™

SDA
EXPRESS COURIER

sia
The network of excellence

TELECOM
ITALIA

TNT

post
a PostNL company

SPONSOR

POLITECNICO DI MILANO
School of Management
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE
MIP
In collaborazione
netcomm
IL CONSIGLIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

OSSERVATORI.NET
ICT & Management
www.osservatori.net

Il processo logistico nell' eCommerce B2c

PARTNER

accenture
High performance. Delivered.

amadeus
Your technology partner

SELLA
DIGITAL SOLUTION

BRT
COMMERCE
BRAND

CartaSi

COMPASS
GRUPPO MEDIABANCA

mamadigital

ebay™

FACT-Finder®
Europe's leading conversion engine

hybris software
THE FUTURE OF COMMERCE

IBM

INTESA
SANPAOLO

PayPal™

SDA
EXPRESS COURIER

sia
The network of excellence

TELECOM
ITALIA

TNT

post
a PostNL company

SPONSOR

SSERVATORI.NET
ICT & Management

Il processo logistico per l'eCommerce

Il ciclo di rifornimento

- Gestione degli approvvigionamenti
- Ricevimento prodotti
- Stoccaggio e gestione scorte

Scorta

Il ciclo ordine-consegna

- Gestione degli ordini
- Allestimento ordini & packing
- Consegna al cliente finale
- Supporto Post vendita

Logistica >> “sola” Distribuzione ultimo miglio

La logistica distributiva nel commercio elettronico B2C E' PIU' COMPLESSA E COSTOSA rispetto alla logistica tradizionale:

- Unità di movimentazione “piccola”, ORDINI A PEZZI
- Trasporto e, nei punti vendita anche il picking ed il packaging, a carico del merchant, PIU' ATTIVITA'
- Elevate aspettative di SERVIZIO (tempo ciclo, comodità di consegna, etc.),

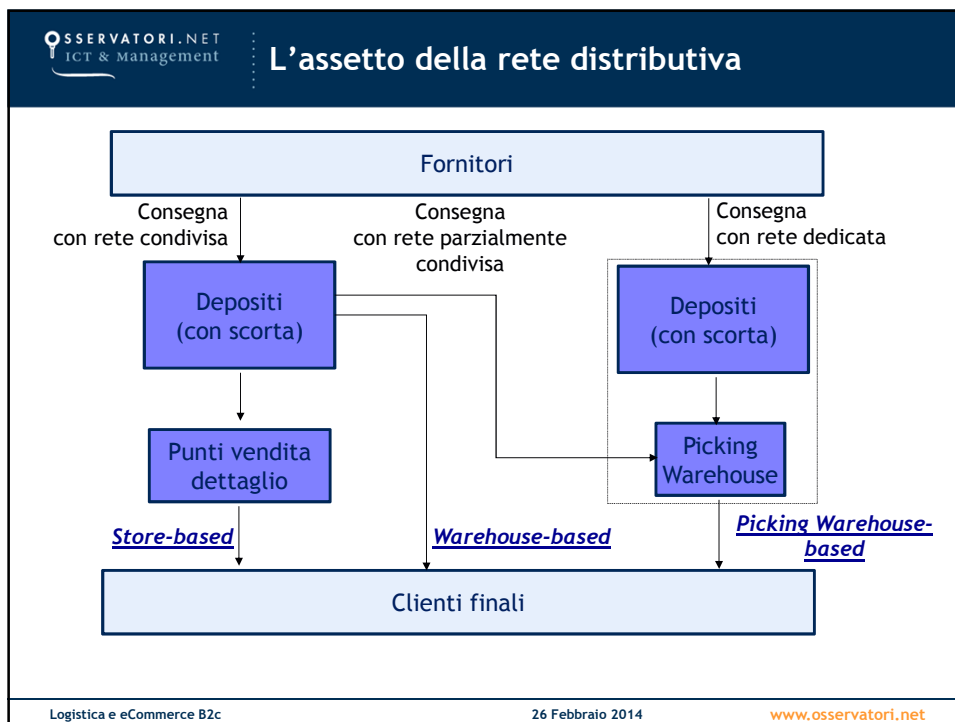
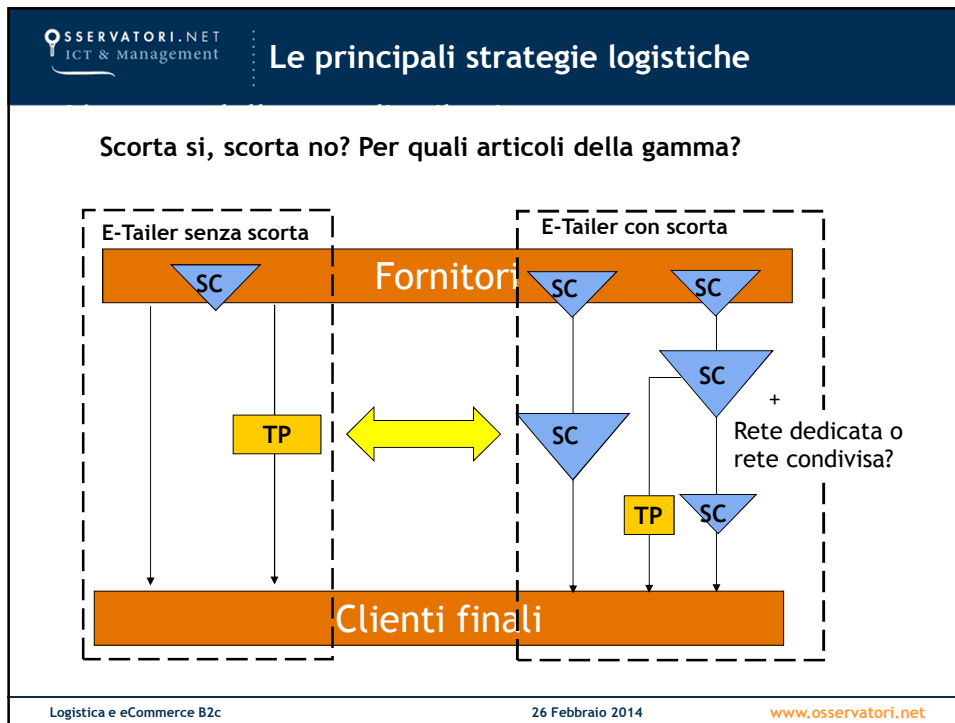
Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net

SSERVATORI.NET
ICT & Management

Le scelte fondamentali

- L'assetto del sistema
 - il *possesso delle scorte*: il merchant o i fornitori?
 - l'assetto della *rete distributiva*: rete dedicata o rete condivisa?
 - le scelte di “*make or buy*”: vi è una reale opzione di outsourcing?
- I processi operativi
 - Il *picking* ed il *packing*: quale grado di automazione?
 - la *consegna* al cliente finale (“last mile”): quale livello di servizio? E a quale costo?
 - la gestione degli stock-out
 - la gestione dei processi *post-vendita* (gestione *resi*, assistenza, ecc.)

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net



SSERVATORI.NET
ICT & Management

Il grado di automazione nel magazzino



Miniload per stoccaggio e picking



Sorting automatizzato

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net

SSERVATORI.NET
ICT & Management

Il grado di automazione nel magazzino

I sistemi di material handling (MH) ad elevata automazione sono in generale poco elastici ai volumi e richiedono un significativo esborso iniziale



Costo prelievo [€/linea]

Soluzione automatizzata

Soluzione manuale

Massa critica

Flusso a volume

Elevato **RISCHIO** nel commercio elettronico B2C:

- Flussi bassi, almeno inizialmente
- Problema poco definito e instabile

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net

POLITECNICO DI MILANO



School of Management

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE



In collaborazione



IL CONSIGLIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

OSSERVATORI.NET
ICT & Management

www.osservatori.net

Il ruolo degli operatori specializzati

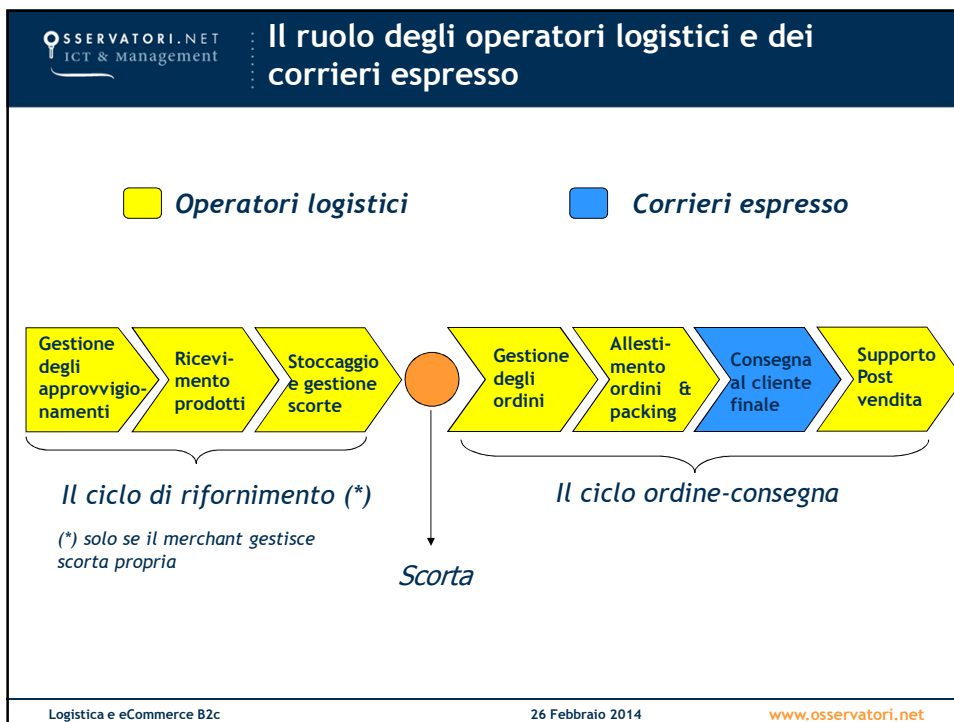
- express courier
- logistic service provider

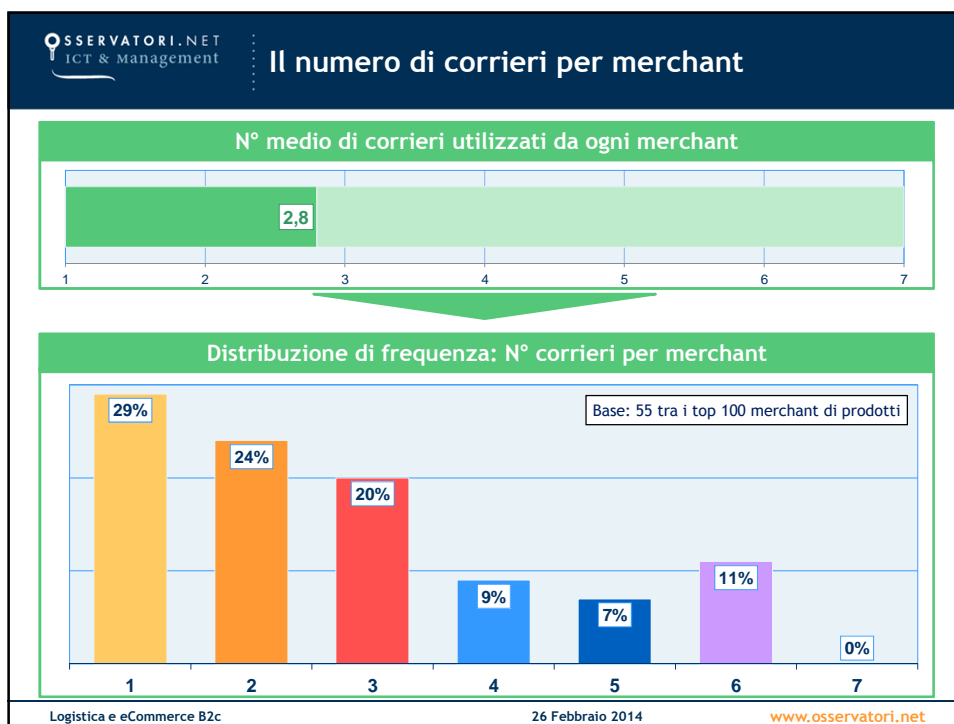
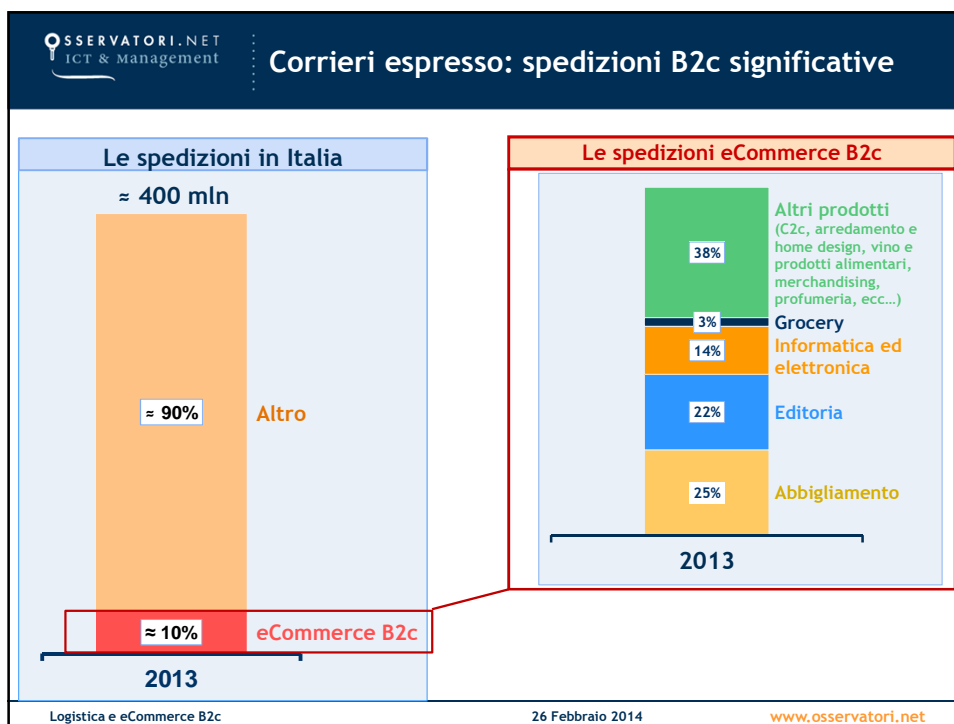
PARTNER

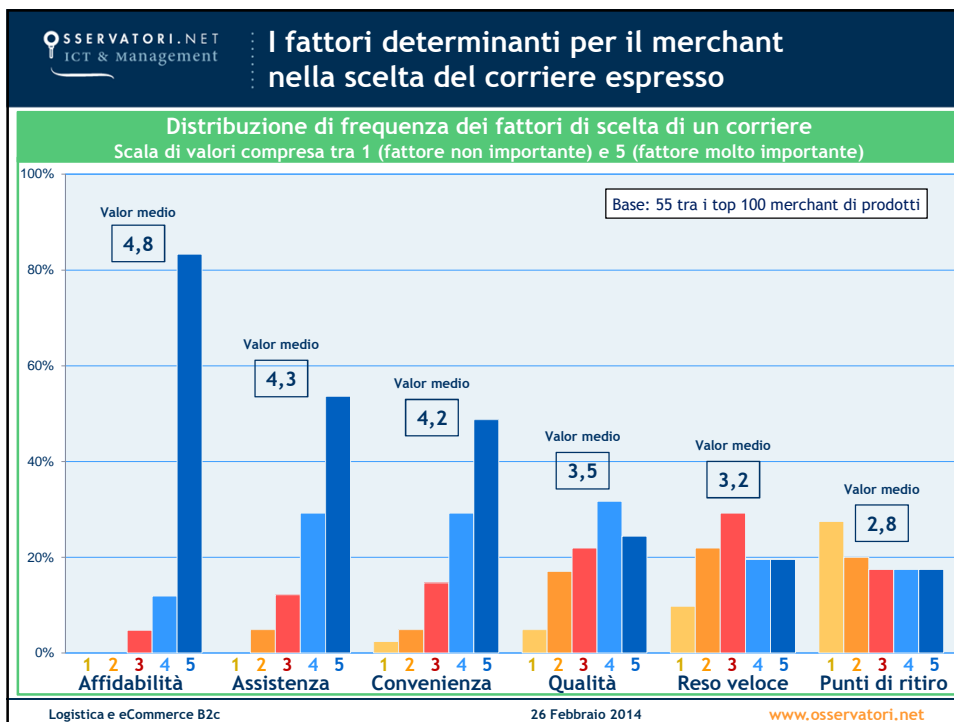


SPONSOR









SSERVATORI.NET
ICT & Management

Corrieri espresso: servizi di consegna a valore aggiunto

Consegna entro un orario determinato

Consegna in un giorno definito o su appuntamento

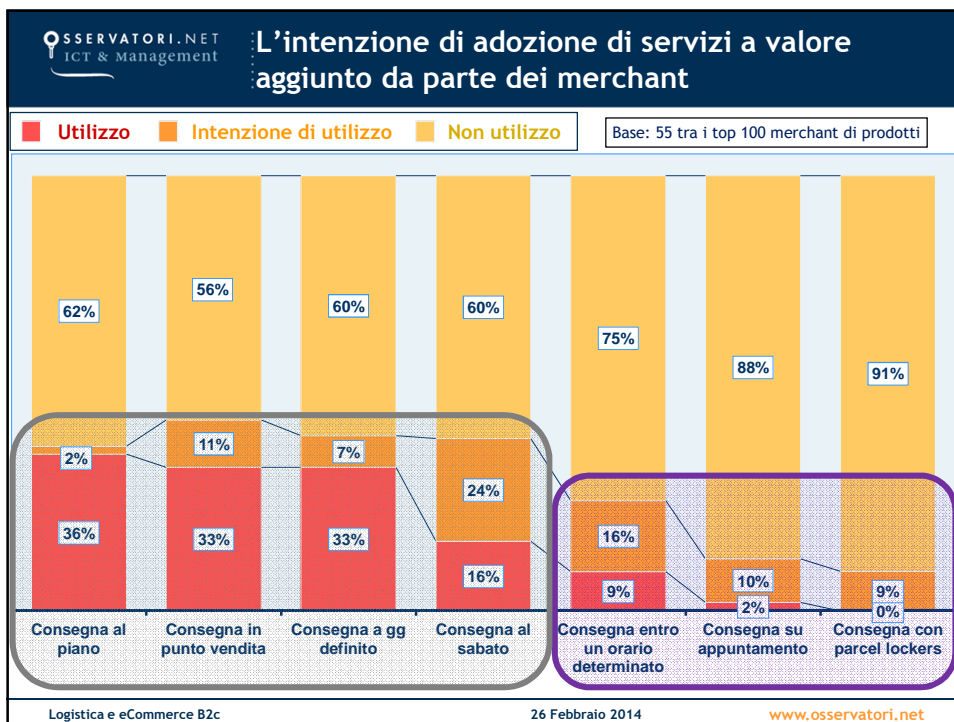
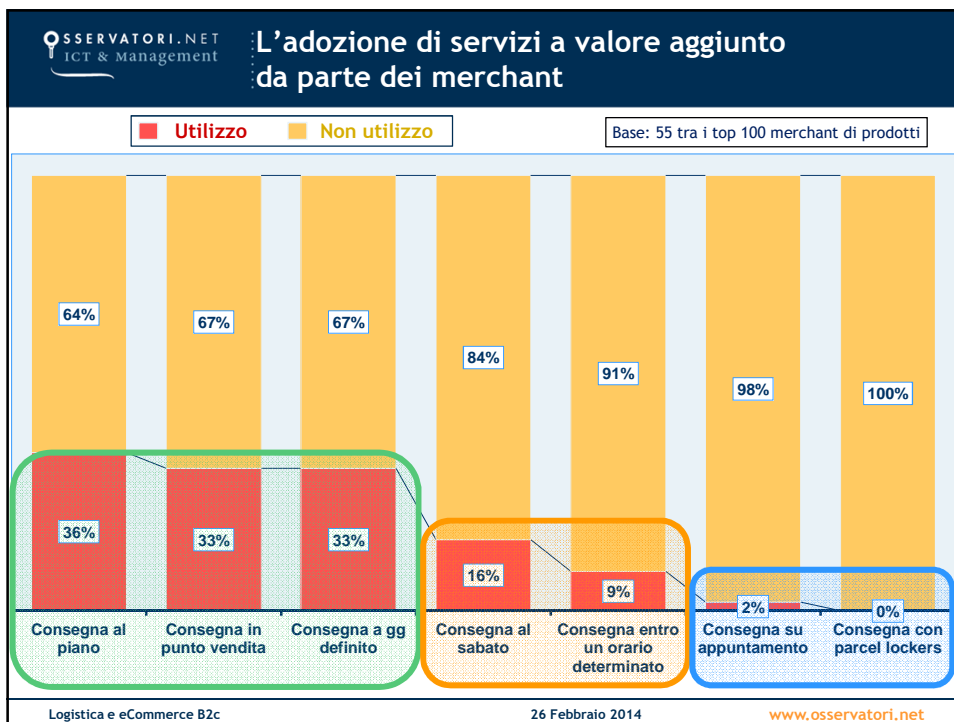
Consegna al sabato

Consegna al piano

Consegna in punto vendita

Consegna con parcel lockers

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net

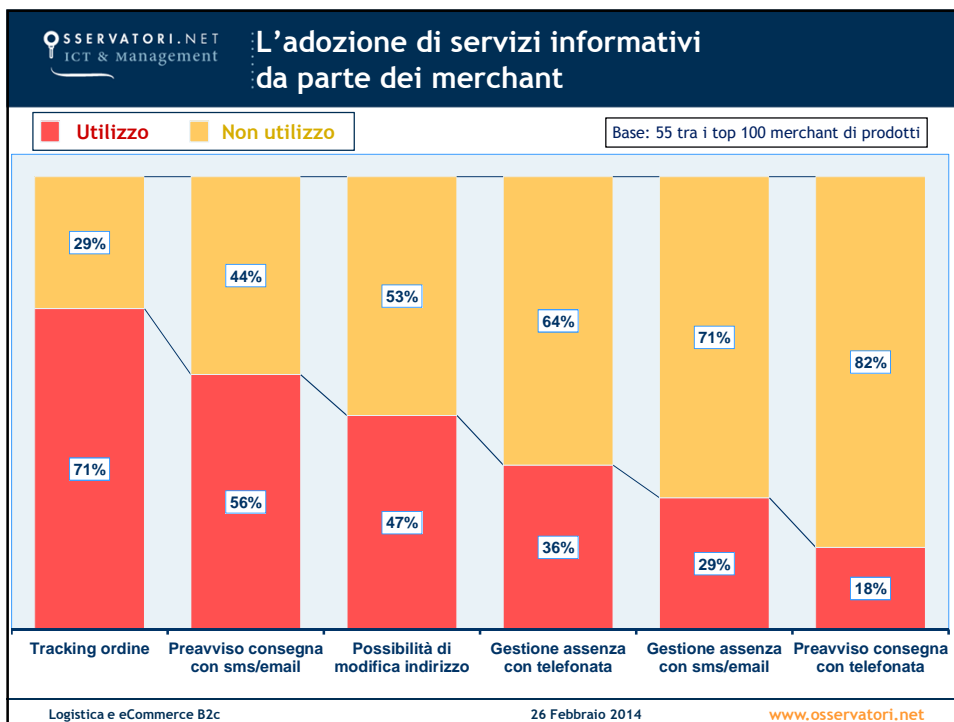


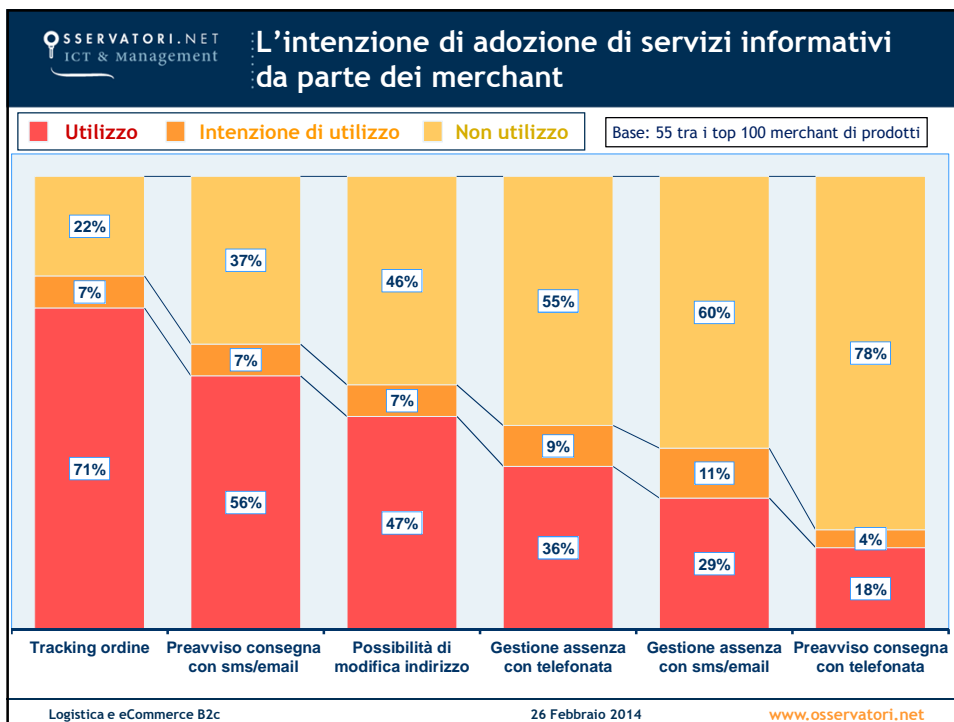
SSERVATORI.NET
ICT & Management

Corrieri espresso: servizi informativi di consegna a valore aggiunto

<p>Tracking ordine</p> 	<p>Preavviso consegna - sms/email</p> <p>NOTICE</p> <p>Delivery will be tomorrow</p> 	<p>Preavviso consegna - call</p> <p>NOTICE</p> <p>Delivery will be tomorrow</p> 
<p>Modifica indirizzo</p> 	<p>Gestione assenza - call</p>  	<p>Gestione assenza - sms/email</p>  

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net





SSERVATORI.NET
ICT & Management

L'evoluzione della logistica ultimo miglio

ft.com > companies > retail&consumer > Welcome valentina

Retail

Home World Companies Markets Global Economy Lex
Energy Financials Health Industrials Luxury 360 Media Retail & Consumer Tech

October 7, 2013 7:33 pm
White goods retailer offers same-day delivery
By Duncan Robinson

Corriere delle Comunicazioni
IL QUOTIDIANO ONLINE DELL'ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE

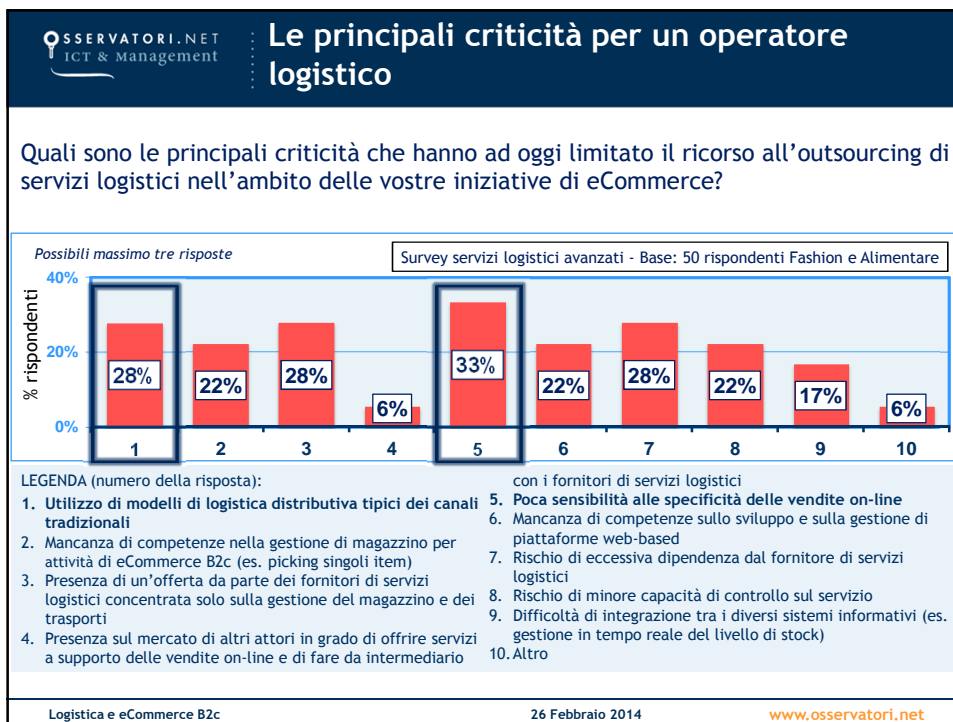
SHOPPING ONLINE
Usa, per Amazon il postino suona anche la domenica

BBC NEWS TECHNOLOGY
Home UK Africa Asia Europe Latin America Mid-East US & Canada Business Health Sci/Environment

23 October 2013 Last updated at 11:41 GMT

Ebay to buy Shutl as it aims for one-hour delivery in UK

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net



SSERVATORI.NET
ICT & Management

L'evoluzione degli operatori logistici

- ❑ I principali operatori logistici (Geodis, ND, Ceva, DHL, Arcese, ...) si sono attrezzati - da anni o più recentemente - per offrire servizi di logistica per l'eCommerce
 - Magazzini multi-merchant
 - Disponibilità a co-investire in soluzione dedicate con il giusto livello di automazione
 - Processi di gestione dei resi
 - Soluzioni di integrazione tra WMS e applicativi Web
 - ...
- ❑ La scelta tra gestione interna (make) e utilizzo di un operatore logistico (buy) è analoga a quanto avviene nella logistica tradizionale e si basa su
 - Competenze disponibili internamente
 - Fattori di competitività distintivi dell'operatore logistico (volumi, flessibilità operativa, riconfigurabilità, capacità di innovazione, ...)

Logistica e eCommerce B2c 26 Febbraio 2014 www.osservatori.net

La specializzazione degli operatori logistici per l'eCommerce: esempi

Magazzini multi-merchant

- Riduzione costo di presa da parte del corriere, grazie alla capacità di conseguire rapidamente una massa critica di spedizioni
- Flessibilità, in termini di spazio e operatività
- Specializzazione del personale, nell'allestimento di ordini consumer, caratterizzati da elevati standard qualitativi (cura, correttezza, packaging, ecc.)

Gestione dei resi

- Controllo qualità
- Ricondizionamento, se necessario
- Re-inserimento del prodotto a stock
- Attribuzione del nuovo prezzo, a prezzo pieno o a prezzo scontato (fondamentali le informazioni passate dall'operatore logistico)

Conclusioni

- Il processo logistico nell'eCommerce ha forti specificità e il contesto in cui si inserisce è spesso dinamico
- La logistica è un elemento strategico per un'iniziativa di eCommerce e molte volte costituisce l'unico "punto di contatto fisico" con il consumatore finale
- L'affidamento della logistica in outsourcing potrebbe sgravare da una serie di complessità chi si avvicina per la prima volta all'eCommerce, senza penalizzare la qualità del servizio
- La scelta del partner logistico non va effettuata sulla base della sola convenienza economica, ma soprattutto sulla capacità di offrire una gamma di servizi ampia e di qualità

POLITECNICO DI MILANO
School of Management
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE
MIP
In collaborazione
netcomm
IL CONSIGLIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

OSSERVATORI.NET
ICT & Management
www.osservatori.net

Logistica e eCommerce B2c

Osservatorio eCommerce B2c
Netcomm - School of Management Politecnico di Milano

26 Febbraio 2014

PARTNER

accenture
High performance. Delivered.

amadeus
Your technology partner

SELLA
DIGITAL
SOLUTION

BRT
BRIEFING
TECHNOLOGICAL
TRANSFORMATION

CartaSi

COMPASS
GRUPPO MEDIORANCA

mamadigital

ebay™

FACT-Finder®
Europe's leading conversion engine

hybris software
THE FUTURE OF COMMERCE

IBM

INTESA
SANPAOLO

PayPal™

SDA
EXPRESS COURIER

sia
The network of excellence

TELECOM
ITALIA

TNT

post
a Poste company

SPONSOR