

DESIGNED FOR YOUR WORLD

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT



ECOMMERCE, RETAIL E OMNICHANNEL
UN UNICO MAGAZZINO PER TANTI CANALI? SOLUZIONI E SERVIZI EVOLUTI

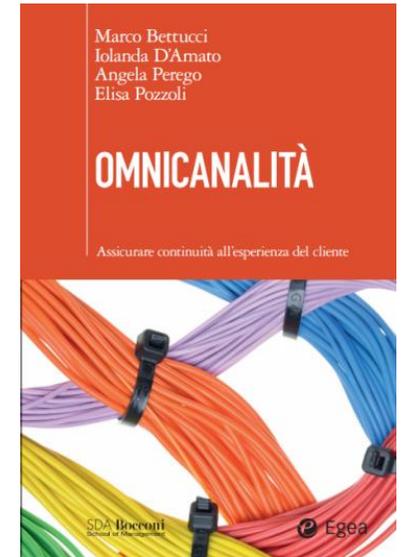
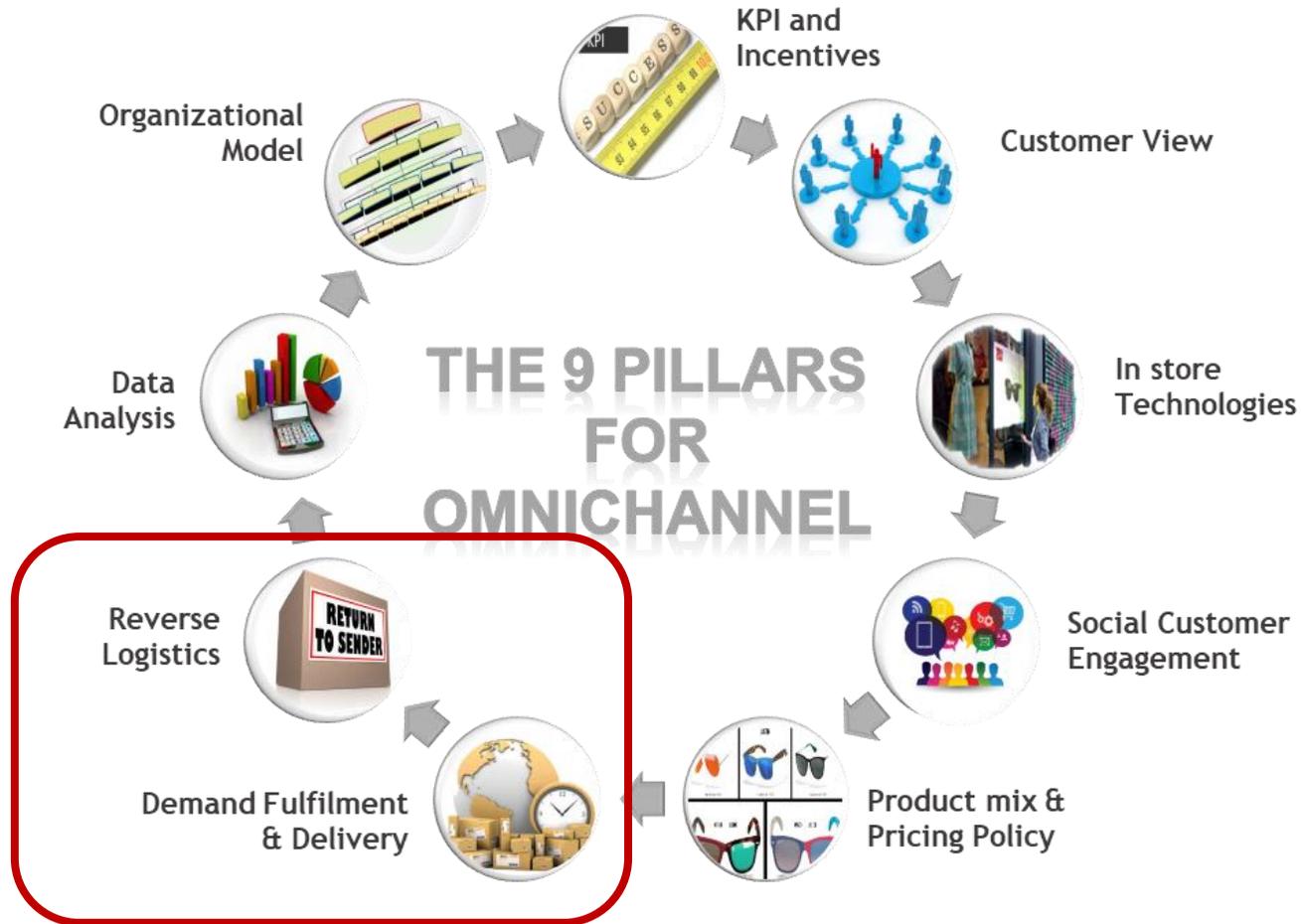
Marco Bettucci

THE 9 OMNICHANNEL PILLARS

Customer Experience



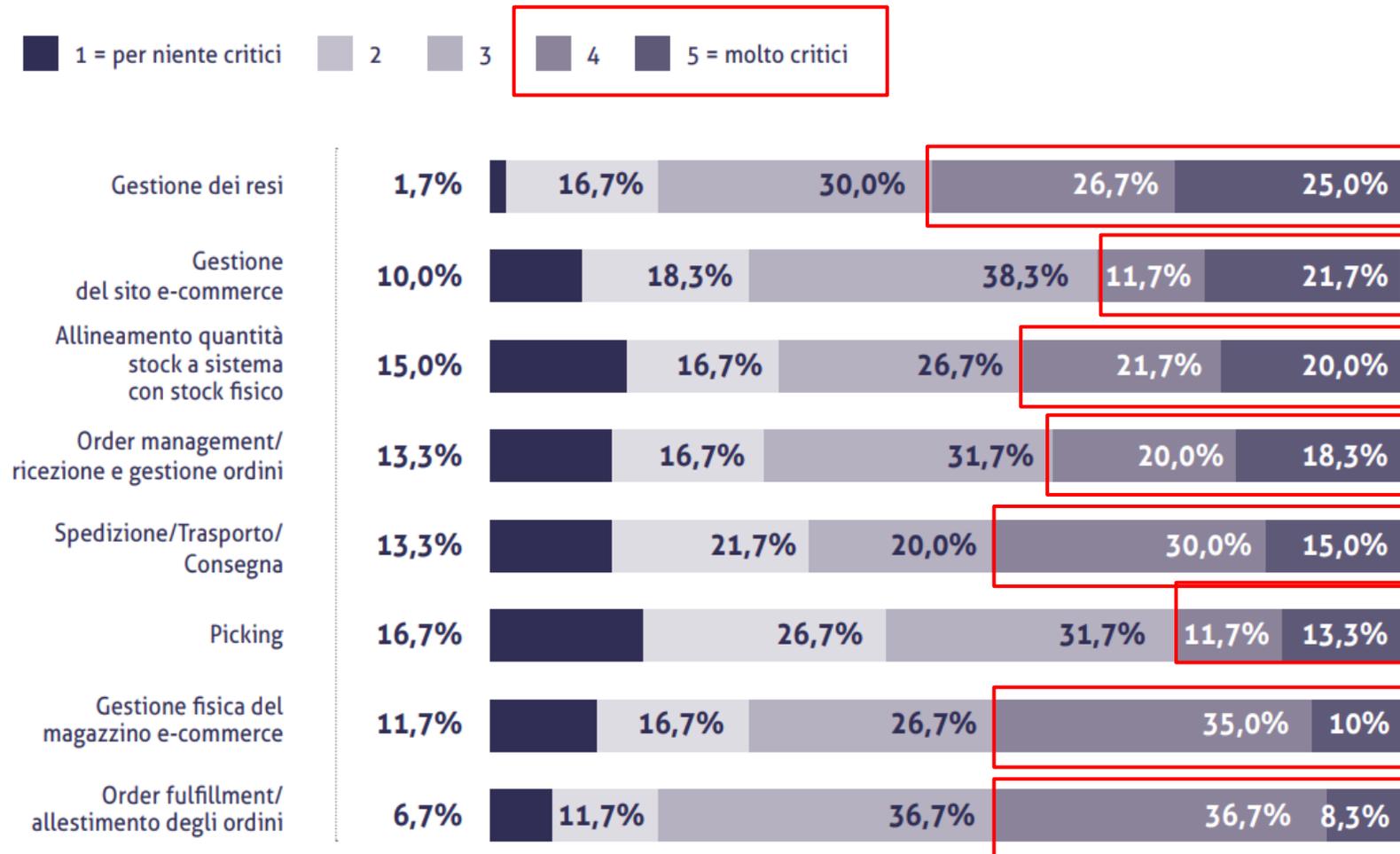
Operation Processes



OMNICHANNEL E IMPATTO SUI PROCESSI LOGISTICI

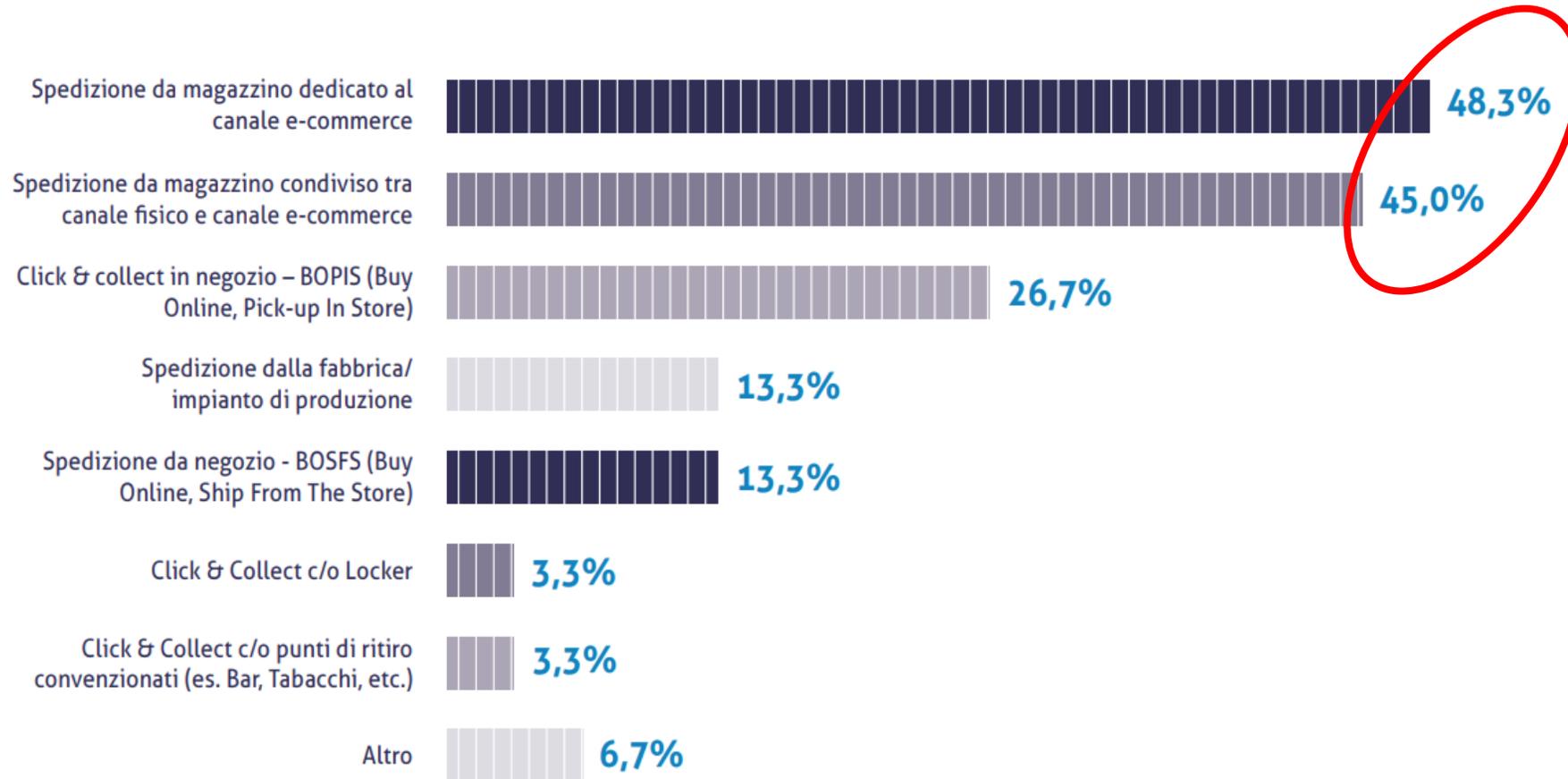


PRINCIPALI CRITICITA' LOGISTICHE DEI CANALI E-COMMERCE

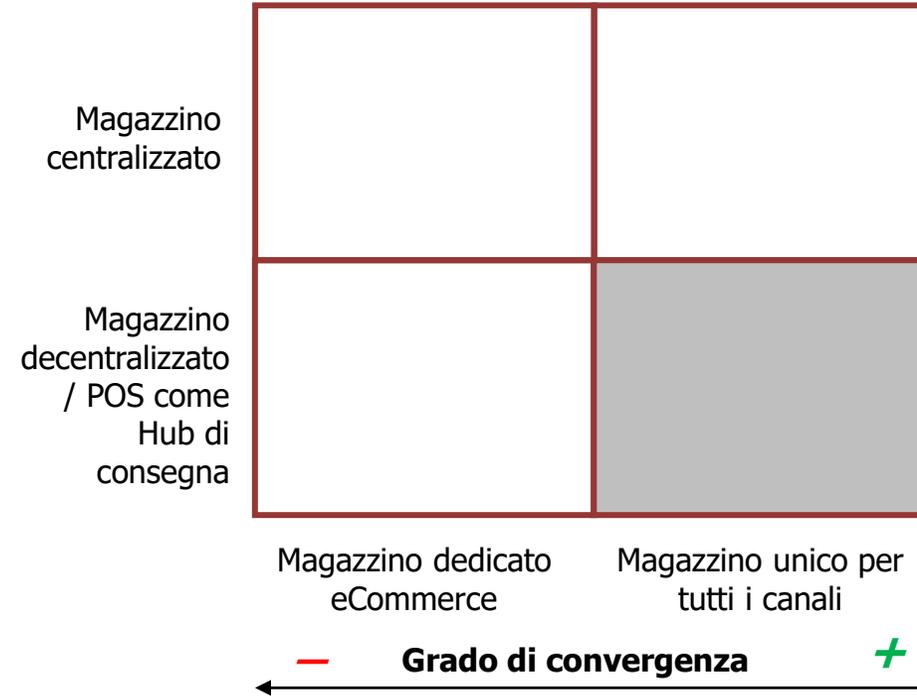
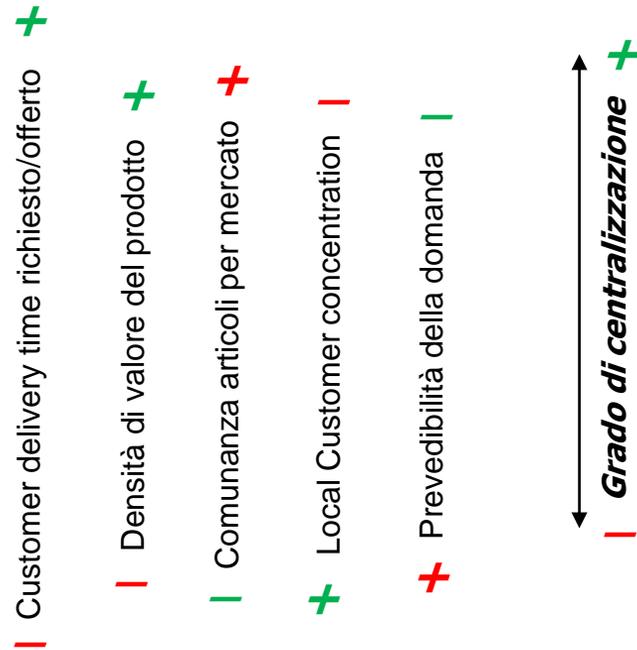


OMNICHANNEL E SCELTA DELLA MODALITA' DISTRIBUTIVA

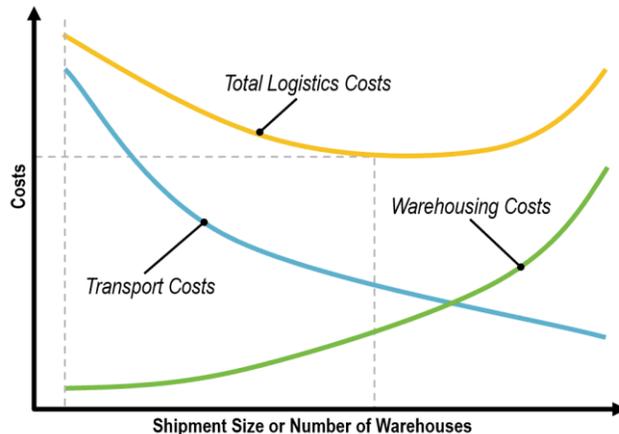
Nell'ambito B2C quali dei seguenti canali la sua azienda utilizza maggiormente per la consegna al cliente degli acquisti effettuati tramite processi omnicanali? (più risposte possibili)



OMNICHANNEL E SCELTA DELLA MODALITA' DISTRIBUTIVA



Trade-off costi di trasporto, warehouse and inventory



- Omogeneità unità di consegna ai diversi canali e operatività magazzino +
- + Numerosità degli ordini -
- Comunanza articoli nei canali +
- + Prevedibilità vendite per canale -
- Omogeneità logiche di risposta alla domanda per canale (MTO vs MTS) +

