

DESIGNED FOR YOUR WORLD

**SDA Bocconi**  
SCHOOL OF MANAGEMENT



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

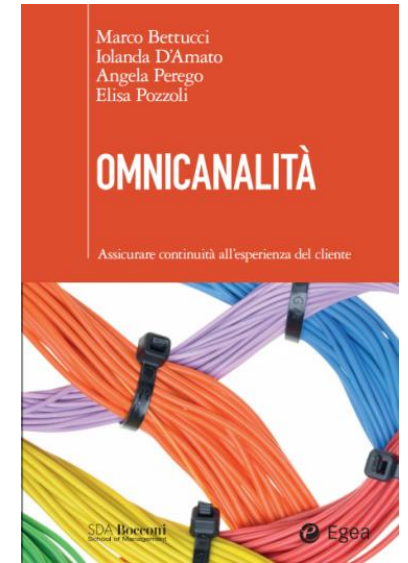
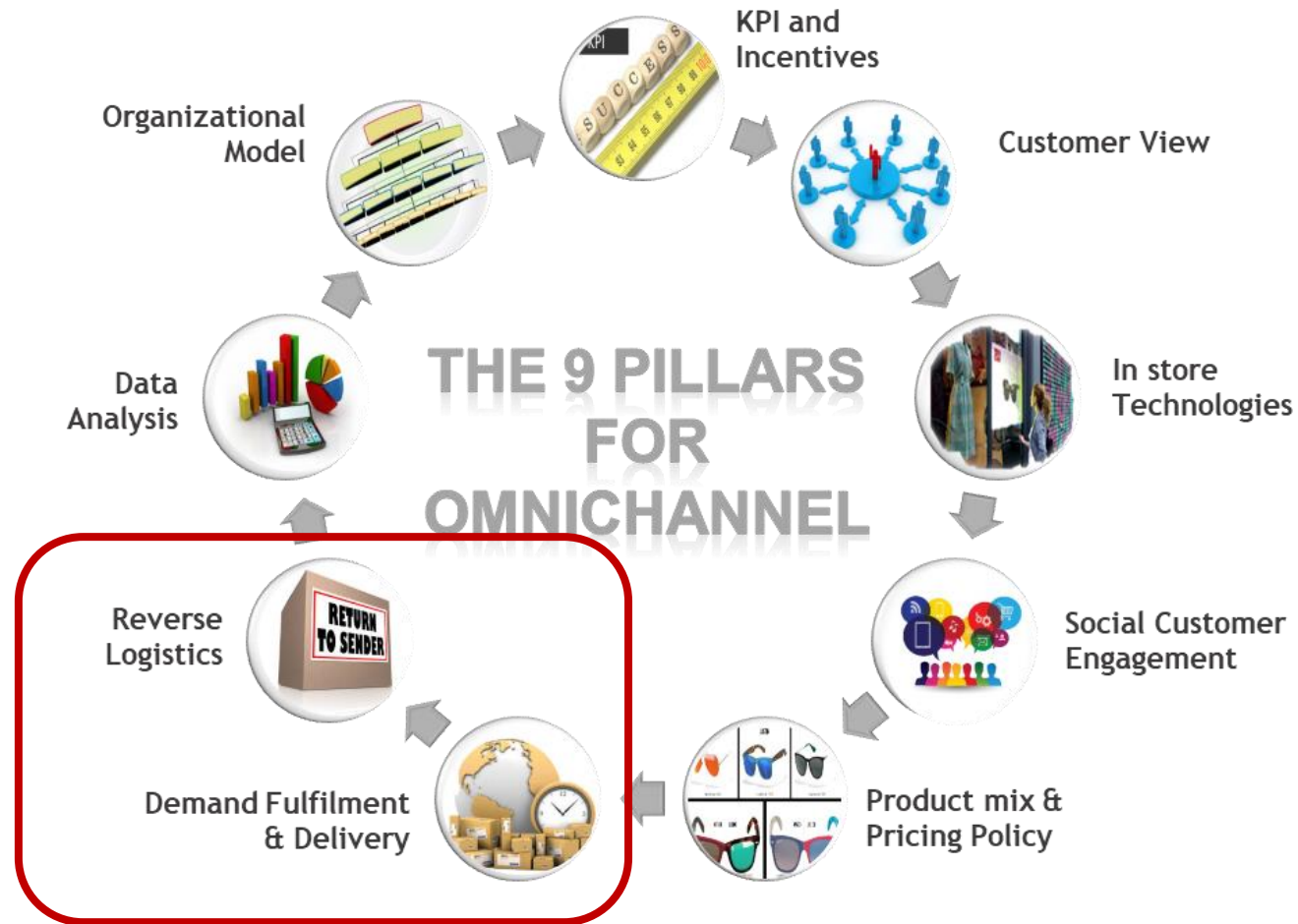
*Marco Bettucci*

# THE 9 OMNICHANNEL PILLARS

## Customer Experience



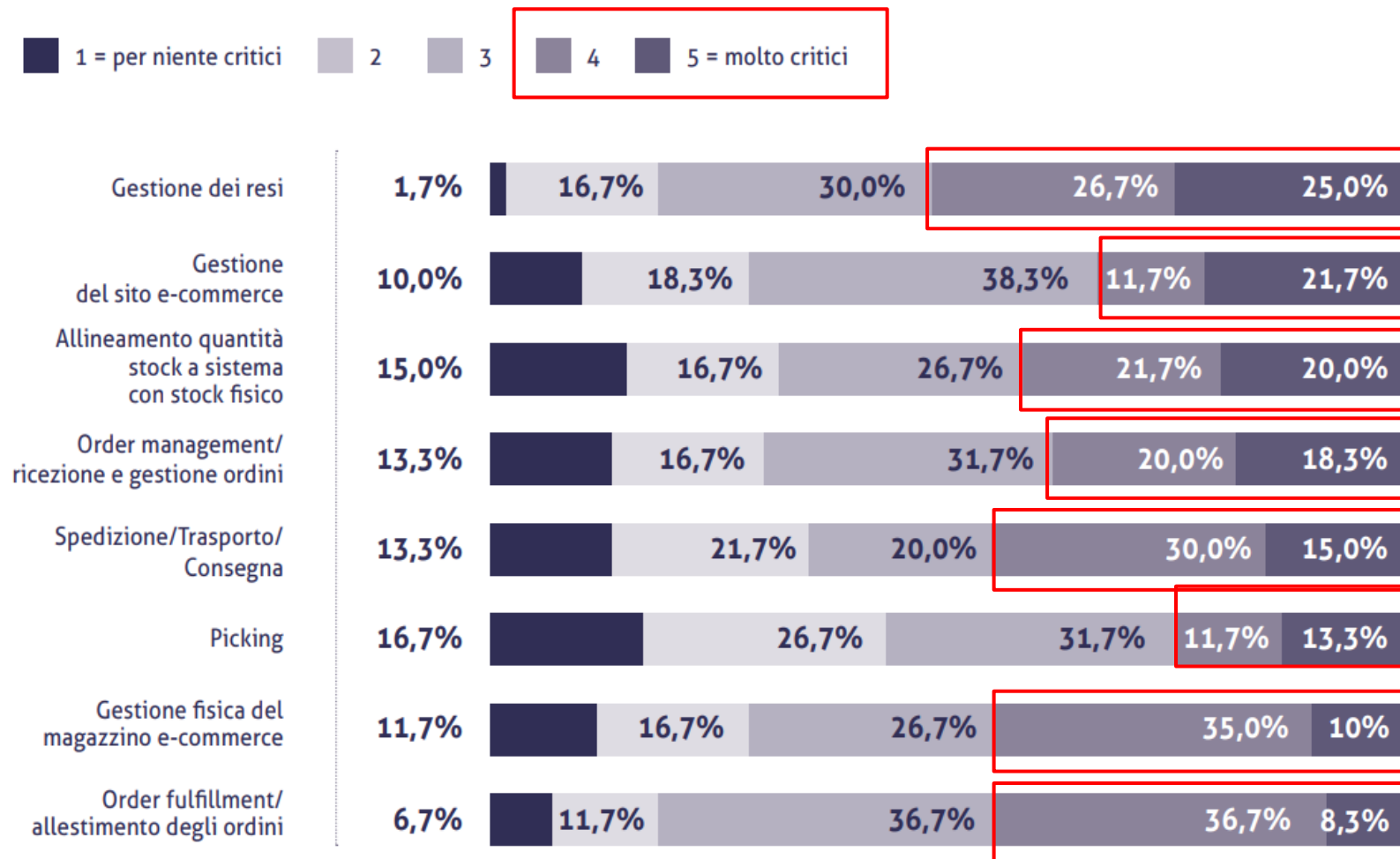
## Operation Processes



# OMNICHANNEL E IMPATTO SUI PROCESSI LOGISTICI

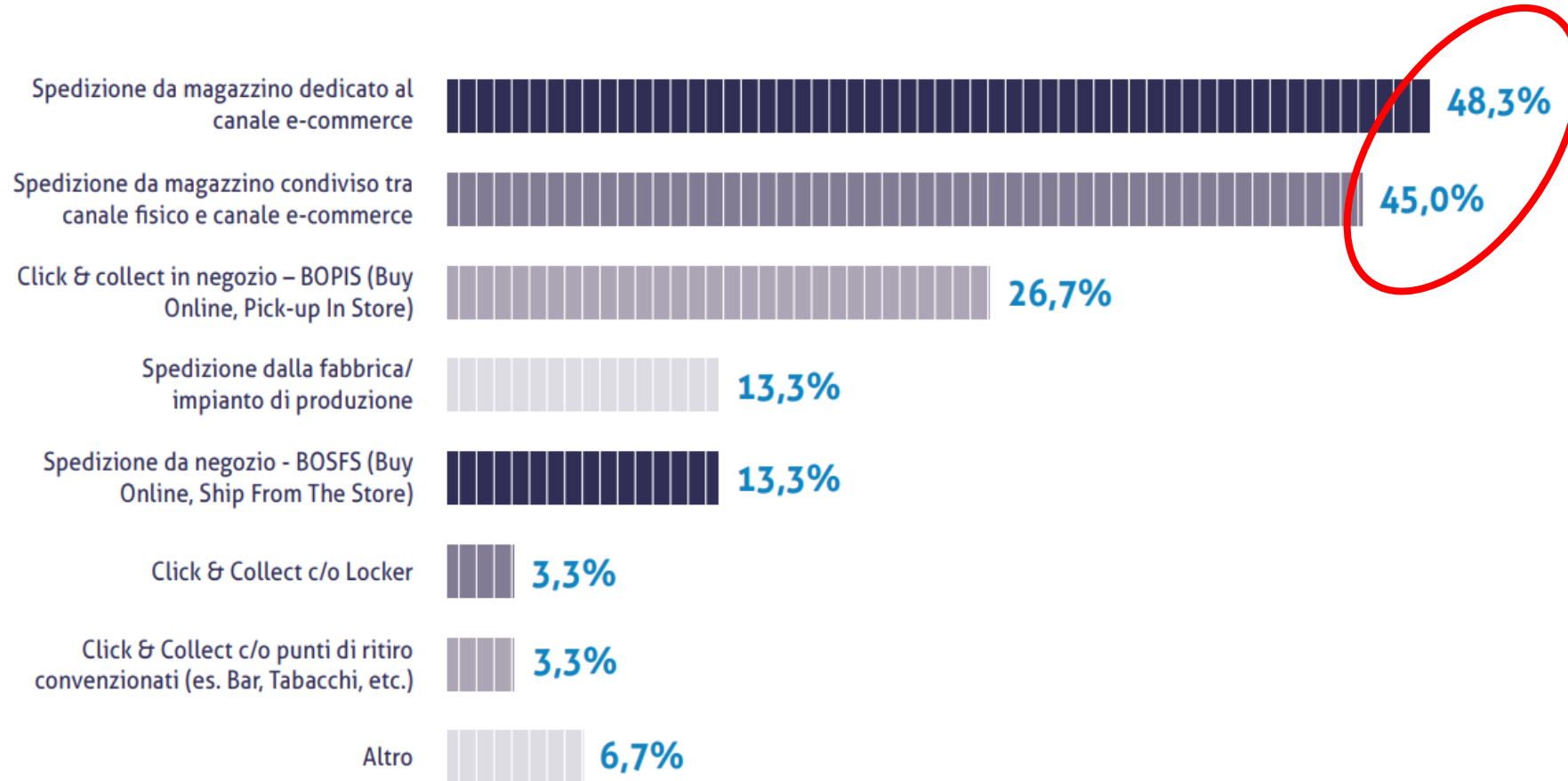


# PRINCIPALI CRITICITA' LOGISTICHE DEI CANALI E-COMMERCE

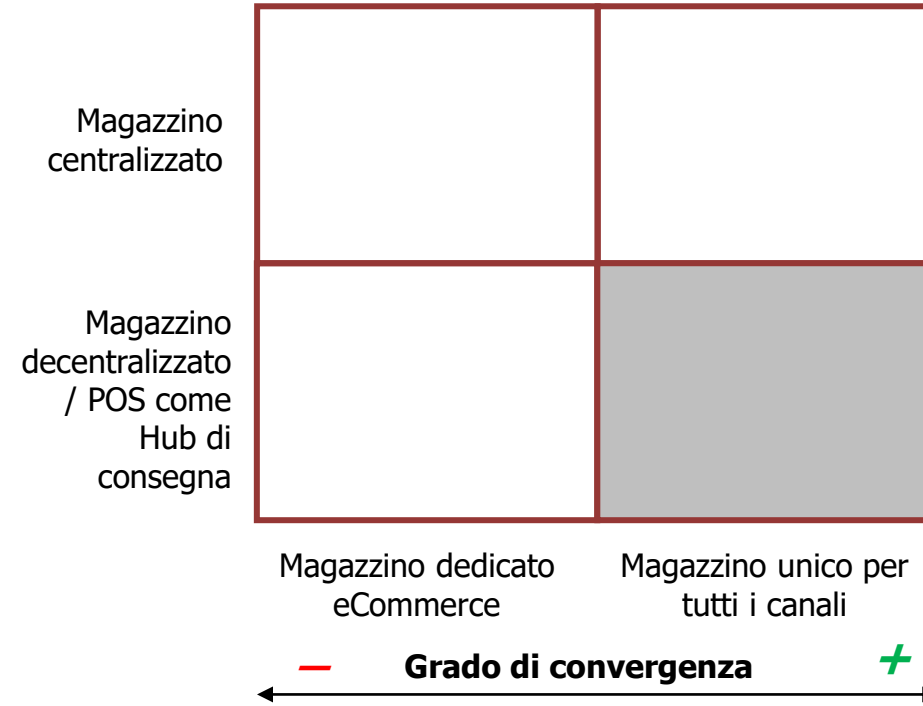
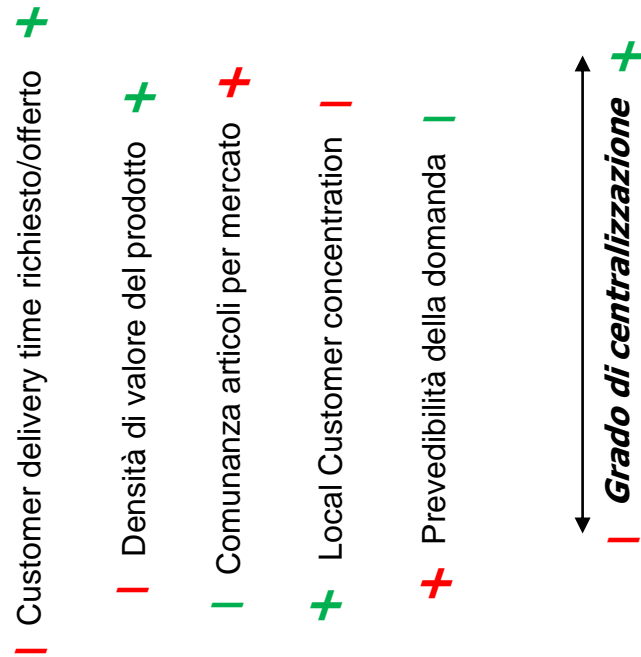


# OMNICHANNEL E SCELTA DELLA MODALITA' DISTRIBUTIVA

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



- 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) +

Trade-off costi di trasporto, warehouse and inventory

