

Come gestire a 360 gradi l'eCommerce non solo del Food&Grocery

Nell'ultimo anno e mezzo molte PMI si sono avvicinate al canale online senza avere però gli strumenti né la giusta preparazione per offrire un servizio competitivo. Ambrosiano Group dedica a loro un ampio ventaglio di servizi, non solo logistici, per aiutarli a gestire l'online con una visione customer-centrica e omnicanale

Monza, 28 maggio 2021 - Quella del Digital Retail oggi è una vera e propria filiera anche nel nostro Paese, la cui rete del valore include sia le realtà che vendono online (Merchant e Brand Owner) che le imprese che erogano servizi legati allo scenario digitale per un totale di 678mila imprese, e che rappresentano il 34% del totale delle imprese di capitali in Italia (1,9 milioni). A dirlo è l'ultima indagine svolta da Netcomm, dove si afferma quanto l'eCommerce sia, in questo particolare momento storico, l'unico motore di crescita del commercio e gioca sempre più un ruolo rilevante e decisivo nelle strategie dei merchant e dei retailer. Ma come approcciarsi all'online se si è una piccola-media impresa ben radicata nel retail ma non preparata al commercio elettronico? Da dove partire e quali strategie mettere in atto?

A queste e molte altre domande risponderà Giulia Barani, CEO Ambrosiano Group, durante il **workshop digitale "eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online"** realizzato da Logistica Management in partnership con Ambrosiano Group, Knapp Italia e Manhattan Associates. L'evento, moderato da Andrea Payaro - Adjunct Professor Digital Transformation e membro del comitato scientifico di Logistica Management, si terrà il **24 giugno 2021** a partire dalle 14:30, sulla piattaforma Gotowebinar, ed è a partecipazione gratuita previa [iscrizione online](#).

«Ambrosiano si è sempre occupato di eCommerce per diversi settori di mercato ma in conto terzi, mentre ora siamo pronti ad aprire all'online il nostro magazzino di Tribiano (MI), con l'obiettivo di offrire un ampio ventaglio di servizi non solo logistici rivolto in particolar modo alle PMI, che comprende anche la logistica ma non solo. Questo perché nell'ultimo anno abbiamo rilevato un forte avvicinamento da parte di queste aziende verso il canale online, con l'apertura di siti eCommerce anche ben strutturati, senza però un'adeguata preparazione su quello che vuol dire gestire tutto il processo distributivo fino al cliente finale, tenendo conto anche delle diverse esigenze tra il B2B e il B2C. - afferma Giulia Barani, CEO di Ambrosiano Group – Per questo, vorremmo metterci a disposizione dei clienti con la nostra expertise maturata nel corso degli anni non solo per le attività di movimentazione, preparazione e spedizione degli ordini, ma vorremmo proprio essere un punto di riferimento per l'intera gestione del canale online per quelle aziende di medio-piccole dimensione che operano nell'alimentare. Attualmente stiamo già seguendo due start up che commerciano prodotti alimentari online e per loro abbiamo già attrezzato circa 1.000 mq

del nostro deposito di Tribiano con scaffalature idonee allo stoccaggio di alimenti ed installato una cella frigorifera per la conservazione dei prodotti termosensibili».

Oltre a presentarsi come partner specializzato per la gestione dell'eCommerce, Ambrosiano Group vorrebbe anche provare a scardinare certi meccanismi legati alla rapidità della consegna: «**La richiesta di velocità non è semplice da gestire a livello logistico, porterà sicuramente ad un allungamento dei tempi di lavoro, con l'aggiunta di turni anche notturni. Per questo, vorremmo provare a cambiare l'esigenza dell'AxB, che funziona per determinati tipi di acquisti, ad esempio la spesa online, mentre per altri non vi è differenza se la consegna viene effettuata ad esempio in AxC. Risparmiando su questi costi, si potrebbero curare molto di più altri aspetti del servizio al cliente, come ad esempio il packaging. Per questo, vorremmo presentarci ai nostri clienti come esperti di eCommerce non solo dal punto di vista operativo in conto terzi, ma come partner a 360 gradi, fornendo anche consulenza sulla formazione del business».**

Maggiori dettagli sull'expertise di Ambrosiano Group dedicata all'eCommerce, incluso quello del Food&Grocery, verranno svelati nel corso del workshop digitale “eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online” in programma il 24 giugno.

Maggiori informazioni sui partecipanti e l'agenda dell'evento sono [disponibili qui](#).

SAVE THE DATE!

Mercoledì 24 giugno 2021, ore 14:30 – 16:00

Workshop digitale [“eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online”](#)

Organizzatori: *Logistica Management in partnership con Ambrosiano Group, Knapp Italia e Manhattan Associates*

Per info e registrazioni [CLICCA QUI](#)

Editrice TeMi

Editrice TeMi è una casa editrice con sede a Monza e proprietaria, tra le altre, delle seguenti testate:

Logistica Management (logisticamanagement.it), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

Impresa Sanità (impresasanita.it) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

Chimica Magazine (www.chimicamagazine.com), la rivista che si occupa dell'efficienza e dell'utilizzo ottimale delle risorse in tutti gli ambienti dell'industria di processo: in particolare l'industria chimica e farmaceutica e il settore oil&gas. Con un occhio particolare alla sostenibilità, all'ambiente e alle energie rinnovabili.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business "One2Ten" strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare. Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale. Gestisce su YouTube lo **spazio “temichannel”** (youtube.com/temichannel) per la pubblicazione di

video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

press@editricetemi.com - www.editricetemi.com