

Soluzioni adattive per un settore in trasformazione

Nel corso del 2020 e la GDO si è trovata di fronte ad un nuovo tipo di domanda caratterizzata dalla richiesta di maggiori servizi e tempi di consegna ancora più rapidi. Manhattan Associates spiega i vantaggi delle proprie soluzioni per una customer experience a prova di consumatore nel New Normal

Monza, 17 giugno 2021 - Le abitudini di acquisto degli italiani sono cambiate radicalmente nel corso del 2020 e a confermarlo sono i dati dell'Osservatorio eCommerce del Politecnico di Milano, che parlano di una crescita del 55% del fatturato food&grocery nel solo 2020 (su 2,5 miliardi di euro, circa 1 miliardo di euro netto deriva da nuove vendite). Di questo incremento di fatturato, inoltre, il 75% è originato da nuovi clienti digitali, ovvero da consumatori che hanno ordinato online per la prima volta.

Di fronte a questi cambiamenti, la GDO ha dovuto accelerare i progetti di trasformazione digitale per cercare di rispondere alle richieste dei clienti riguardo la **ricerca di nuovi servizi** (click and collect, click and drive...) e **tempi di consegna entro le 24/ 48 ore**. Tutto ciò ha stressato notevolmente la catena di fornitura e la capacità della GDO di rispondere alla crescente domanda digitale, dovendo fronteggiare una forte pressione sui costi con una ulteriore riduzione dei margini di un mercato già molto bassi. Ciò ha implicato un ripensamento generale della catena distributiva con un adeguamento delle risorse disponibili e la ricerca di nuovi modelli organizzativi per rispondere allo switch digitale. Il lockdown, dunque, non ha fatto altro che accelerare le dinamiche di mercato che di fatto erano già in atto, tra cui un consolidamento del segmento GDO, una forte penalizzazione delle grandi superfici commerciali a favore di punti vendita di prossimità e la crescita del comparto discount.

Come rispondere efficacemente a questa nuova digital transformation? Quali soluzioni vale la pena adottare? Lo scopriremo nel corso dell'intervento di **Roberto Vismara, Engagement Director Manhattan Associates**, 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.

«Di fatto, - spiega Roberto Vismara - si sono dovute ripensare le attività in negozio, nonché i loro spazi per ricavare delle aree dove consentire il click and collect, piuttosto che sviluppare soluzioni per permettere i pagamenti contactless. C'è stato poi un ripensamento radicale del modello logistico perché se prima l'eCommerce veniva implementato rimodulando i flussi delle grandi piattaforme logistiche, ora invece la domanda di acquistare online diffusasi sul territorio ha portato alla trasformazione di alcuni negozi in magazzini di zona, utilizzabili per soddisfare la domanda locale in tempi rapidi.

Attraverso la nostra suite di prodotti possiamo supportare lo sviluppo o la trasformazione digitale della GDO in diversi modi. Ad esempio, con l'**individuazione puntuale della disponibilità e dei livelli di servizio di un prodotto** nel momento in cui un utente lo ricerca tramite il sito di eCommerce dell'insegna di fiducia. Nell'ultimo anno, infatti, all'interno della soluzione di Order management (OMS) chiamata Manhattan Active Omni, abbiamo sviluppato una nuova funzionalità denominata **Interactive Inventory**, che permette di individuare quali saranno i negozi in cui il prodotto è disponibile, in quali quantità e quali servizi sono attivi. Sempre sulla soluzione OMS, si può gestire la capacità di orchestrazione e di allocazione ottimizzata delle merce. Attraverso la configurazione di diversi parametri, infatti, diamo al cliente la possibilità di **ottimizzare il processo di selezione del miglior punto di evasione** e di allocare lo stock attraverso la funzionalità **Adaptive Network Fulfillment (ANF)**, con la quale possiamo soddisfare la domanda del cliente tenendo conto di una serie di fattori, quali i costi di handling e di spedizione, la profondità dell'assortimento piuttosto che la prossimità geografica, migliorando di fatto l'efficienza operativa».

Queste sono solo alcune delle molteplici funzionalità delle soluzioni Manhattan per ottimizzare i flussi logistici a favore di una customer experience sempre più performante. Per conoscerne tutti i vantaggi, non resta che iscriversi al 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