



TDI e la digitalizzazione dei trasporti



Le aziende necessitano di innovazione e competitività, i clienti di più!

Negli ultimi anni, il tema della digitalizzazione dei trasporti (**Shipping Digitalization**), ha assunto un ruolo centrale nel panorama economico, soprattutto per le piccole e medie imprese italiane. In un Paese in cui il tessuto economico è prevalentemente costituito da PMI, molte di queste aziende stanno cercando di conquistare nuove quote di mercato e di espandersi verso il settore internazionale. Tuttavia, la mancanza di partner affidabili e strumenti digitali adeguati rappresenta ancora un ostacolo significativo. Il cambiamento è in atto guidato da una crescente domanda di automazione e da processi più efficienti. Il settore della logistica infatti, è uno dei primi ad aver iniziato questo percorso con investimenti volti a migliorare l'automazione delle operazioni. Tuttavia, nel comparto software, si riscontra ancora un significativo ritardo. Molte aziende italiane, pur essendo pronte e disposte a innovare, necessitano di una cultura digitale più solida e oggi, parlare di un classico TMS (Transport Management System) non è sufficiente.

L'esperienza di **Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI** ed esperto del settore, mette in luce una realtà ancora troppo diffusa: molte aziende continuano a gestire i propri processi di trasporto attraverso file Excel o, in alcuni casi, con documenti cartacei. Questo crea un vero e proprio paradosso: tecnologie moderne e meccanizzate coesistono con metodi arcaici di gestione, portando a inefficienze che rallentano l'intera filiera.

La crescita dell'eCommerce

La pandemia ha rappresentato uno spartiacque, evidenziando la necessità di un controllo più rigoroso delle operazioni di trasporto. Con l'esplosione del commercio elettronico, le aziende si sono trovate a gestire volumi crescenti di spedizioni, rendendo evidente l'insufficienza dei sistemi tradizionali. Non è più sostenibile affidarsi a un unico trasportatore, soprattutto nei periodi di picco della domanda. La diversificazione dei partner logistici, e il totale controllo delle operazioni, ora sono una necessità per mantenere la competitività.

Come spiega Moretto, l'integrazione dei sistemi è la chiave per ottenere una gestione fluida dei processi e ottimizzare i costi. Tuttavia, questo percorso richiede investimenti mirati e tempo. In risposta a queste necessità, TDI ha sviluppato delle specifiche soluzioni innovative per digitalizzare i trasporti, offrendo una gestione completa della catena di approvvigionamento.

TDI: il partner affidabile per la digitalizzazione dei trasporti

TDI si posiziona come un partner strategico per le imprese che hanno l'esigenza di spedire migliaia di colli ogni mese. L'azienda propone una suite di soluzioni software modulari in grado di adattarsi alle esigenze specifiche di ogni cliente, consentendo ad esempio di:

- Ottimizzare i costi di trasporto scegliendo il vettore più efficiente per ciascuna spedizione.
- Integrare rapidamente nuovi trasportatori senza la necessità di complessi sviluppi software.
- Monitorare in tempo reale l'intera filiera, migliorando il flusso informativo verso i clienti.

"Ho lavorato per diversi anni nel settore delle spedizioni e posso affermare che in Italia i processi sono ancora estremamente analogici. Anche nelle aziende più evolute, si è passati dalla carta al file Excel, ma questo comporta comunque perdite di tempo e risorse. In TDI abbiamo sviluppato una suite di moduli che permette alle aziende di automatizzare i processi senza dispendiose integrazioni con più trasportatori. La gestione delle attività è semplice e intuitiva e permette agli operatori una velocità di apprendimento senza eguali". Commenta Moretto.



Il futuro della Customer Experience: questione di digitalizzazione

La Customer Experience è diventata un fattore critico per il successo aziendale. In un mondo post-Covid, i consumatori sono sempre più orientati verso l'e-commerce e si aspettano consegne rapide e tracciabili. Un'esperienza negativa o una consegna in ritardo possono rapidamente portare alla perdita di un cliente, soprattutto nell'era dei social media, dove ogni opinione può diventare virale.

Digitalizzare i processi di trasporto significa non solo ottimizzare i costi, ma soprattutto garantire ai clienti un servizio migliore. Oggi, la velocità di consegna ha spesso un peso maggiore rispetto al costo del prodotto stesso. Le aziende che non sono in grado di rispondere a queste nuove esigenze rischiano di trovarsi tagliate fuori dal mercato.

La Shipping Digitalization come punto di partenza

"Il futuro del settore delle spedizioni è legato alla capacità di adottare soluzioni digitali che rendano più efficienti i processi, riducano i costi e migliorino l'esperienza del cliente. In un mercato sempre più competitivo e orientato verso l'e-commerce, le aziende italiane devono abbracciare la digital transformation come una leva strategica per la crescita e l'internazionalizzazione. La digitalizzazione dei trasporti non è un punto di arrivo, ma un punto di partenza per le aziende che vogliono fare la differenza". Conclude Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI.

<https://www.tdi-group.com/it/>

