LOGISTICA EFFICIENTE

Volumi record e customer experience personalizzata, preparatevi ai saldi estivi!

Dal 5 luglio al 15 agosto 2025, il mercato italiano si prepara a vivere una delle stagioni più impegnative e decisive per il commercio online: i saldi estivi.

Questo periodo rappresenta un banco di prova importante per tutta la filiera distributiva, dalla gestione degli ordini alla consegna finale, passando per la comunicazione con il cliente.

I dati più recenti evidenziano come il settore dell'e-commerce continui a crescere in maniera esponenziale, dove l'impennata delle spedizioni durante i saldi rappresenta una vera e propria sfida per la logistica.

Secondo l'Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano *"Il valore dei saldi estivi 2025 per il mercato online italiano si prevede in crescita. In particolare, l'eCommerce B2c in Italia crescerà del +6% rispetto al 2024, superando i 62 miliardi di euro di acquisti totali. Questo incremento è trainato sia dalla crescita del settore dei servizi, con un +8%, sia dall'eCommerce di prodotto con un +6%".*

Volumi in crescita, ma con nuove esigenze

L'aumento degli ordini non implica solo un maggior carico operativo, ma impone anche una revisione delle strategie di comunicazione e customer care. Secondo uno studio Ifop del 2023, l'87% degli acquirenti online ritiene indispensabile il tracciamento in tempo reale, mentre il 71% dichiara che la qualità delle informazioni dopo l'acquisto influisce direttamente sulla propria soddisfazione complessiva.

"In un mercato dove la concorrenza è sempre più agguerrita, il successo non si misura più solo sulla capacità di consegnare velocemente. Oggi la vera sfida è garantire un'esperienza cliente coerente, trasparente e rassicurante per tutta la durata del processo, dall'ordine alla consegna finale". Spiega **Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI.**

La consegna come estensione dell'esperienza cliente

La **fase di consegna è diventata uno dei momenti più delicati e strategici del percorso d'acquisto**. Moretto puntualizza: *"Non si tratta più di un semplice servizio tecnico, ma di una vera e propria estensione del brand. I clienti vogliono sentirsi accompagnati, informati e coinvolti, anche dopo aver completato l'ordine".*

Questa evoluzione ha portato molte aziende a rivedere i propri processi e a investire in tecnologie che permettano una comunicazione più efficace e personalizzata. La piattaforma **Exintouch** di TDI nasce proprio da questa esigenza: offre un sistema integrato di notifiche automatiche, via email, SMS, e pagine di tracking personalizzate, che garantisce un controllo completo su contenuti e brand identity.

Questa API consente di costruire la propria strategia di comunicazione in maniera totalmente autonoma, adottando una grafica personalizzata e coerente con l'identità del brand, indipendentemente dal trasportatore utilizzato.

Se prima ogni vettore inviava aggiornamenti con la propria grafica, oggi le notifiche mantengono un aspetto uniforme, in linea con il sito dove è stato effettuato l'acquisto, per un'esperienza totalmente personalizzata.

Engagement e fidelizzazione: i nuovi pilastri del post-vendita

I dati raccolti dall'utilizzo di Exintouch evidenziano un cambio di paradigma nella comunicazione post-acquisto. Le notifiche di tracking non sono più semplici aggiornamenti logistici, ma veri e propri momenti di contatto che contribuiscono a costruire un rapporto di fiducia e fidelizzazione.

"L'interazione continua con il cliente durante la consegna genera un aumento significativo del tasso di engagement. Questo si traduce non solo in una maggiore soddisfazione, ma anche in opportunità di cross-selling e up-selling, in particolare nei periodi di saldi quando l'attenzione e l'interesse sono al massimo". Aggiunge Matteo Moretto.

Saldi estivi 2025: prepararsi con strategie integrate

L'avvicinarsi dei saldi estivi 2025 rende ancora più urgente per le aziende italiane adottare un approccio integrato che coniughi capacità logistica e comunicazione efficiente.

"È fondamentale essere preparati a gestire picchi di domanda importanti senza compromettere la qualità del servizio", commenta Moretto e aggiunge: *"Solo attraverso soluzioni digitali affidabili e flessibili si può garantire un'esperienza d'acquisto senza intoppi, che valorizzi ogni touchpoint".*

TDI, forte di oltre 25 anni di esperienza e di una rete con più di 290 vettori integrati, si pone come un partner strategico per supportare le imprese italiane nella digitalizzazione della supply chain.

Tecnologia e customer centricity: la strada per il successo

Il futuro della logistica e del commercio online passa attraverso la capacità di mettere il cliente al centro di ogni processo, utilizzando la tecnologia per migliorare trasparenza, efficienza e comunicazione.

"La digitalizzazione non è un costo, ma un investimento che permette di distinguersi in un mercato sempre più competitivo e orientato all'esperienza. I saldi estivi 2025 rappresentano un'opportunità per le aziende italiane di dimostrare maturità e innovazione, trasformando ogni spedizione in un momento di valore aggiunto. Solo con questa visione, il settore della logistica e del retail può affrontare con successo le sfide dei volumi crescenti e delle aspettative elevate, costruendo relazioni durature e positive con i propri clienti". Conclude Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI.

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

Sponsor TDI