

20 Giugno 2025

## Saldi estivi 2025: TDI guida e-commerce con logistica e CX su misura



(Comunicato stampa)

**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**.