

# IL MANUALE DI GESTIONE DEGLI ORDINI OMNISCANALE

Scopri i vantaggi della gestione degli ordini omniscanale

Confronta le tue attuali capacità con quelle dei competitor e dei retailer migliori della categoria

Trova idee e ispirazioni per migliorarti

 OneStock



# Contenuti

La gestione degli ordini omnicanale è fondamentale per far crescere il tuo business

Quanto costa una cattiva esperienza omnicanale?

## PARTE 1: LE OPPORTUNITÀ

In che modo la gestione degli ordini può stimolare la crescita delle vendite omnicanale?

1 Visione unificata dell'inventario

2 Più opzioni di consegna e promesse ai clienti più precise

3 Evadere e consegnare dai negozi gli ordini effettuati online

4 Offrire servizi di Click & Collect e Prenota e Ritira

5 Vendere in negozio prodotti che non sono disponibili in quella specifica sede

6 Permettere i resi in negozio

7 Aggiungere facilmente i marketplace come nuovi canali di vendita

03

04

## PARTE 2: VALUTA LA TUA POSIZIONE RISPETTO ALLA CURVA OMNISCANALE

06 Sei avanti o indietro rispetto alla curva omniscanale?

15

07 Le capacità chiave per l'omniscanale

16

08 Punteggi CXI: come ti posizioni?

17

## PARTE 3: CREARE UNA GESTIONE DEGLI ORDINI DI LIVELLO SUPERIORE

10 Quanto è moderno ed efficace il tuo OMS attuale?

20

11 Alcune opzioni chiave di un OMS avanzato

21

13

# La gestione degli ordini omnicanale è fondamentale per far crescere il tuo business

I consumatori di oggi si aspettano dal retail esperienze interconnesse e coerenti. Il **75% dei clienti acquista sia online che in negozio**, con un numero crescente di persone che utilizzano i servizi intercanale: ad esempio, il **29% acquista online e ritira in negozio**<sup>1</sup>.

Tuttavia, mentre i clienti passano senza problemi da un canale all'altro, per i retailer soddisfare queste aspettative è ancora una sfida.

Molti commercianti hanno bisogno di aiuto per gestire stock complessi e rendere i prodotti disponibili per i clienti, mantenendo un equilibrio tra domanda e offerta.

Una gestione intelligente degli ordini è essenziale per offrire esperienze omnicanale eccellenti, soddisfare le esigenze dei clienti e massimizzare i profitti.

Questo e-book esaminerà **come e perché i retailer dovrebbero investire nella gestione degli ordini** per connettersi con i consumatori omnicanale.

Vedrai numeri **reali e KPI** con cui potrai **confrontare le tue capacità omnicanale**.

Condivideremo anche idee e ispirazioni per creare **esperienze cliente di alto livello**, così da poter diventare un leader nell'omnicanalità.

# L'89%

**dei clienti è fidelizzato da aziende con una forte strategia di coinvolgimento omnicanale, rispetto al 33% per quelle con una strategia omnicanale scarsa<sup>2</sup>.**

<sup>1</sup> <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-us-consumers-are-feeling-shopping-and-spending-and-what-it-means-for-companies>

<sup>2</sup> <https://www.keyshot.com/blog/omnichannel-retail/>

# Quanto costa una cattiva esperienza omnicanale?

La maggior parte dei retailer ha già ottimizzato gli elementi di navigazione ed esplorazione nel percorso d'acquisto. Ma la gestione degli ordini omnicanale è una sfida ben diversa.

Molti rivenditori non riescono ancora a soddisfare le aspettative dei clienti, con conseguenze significative:

- ▶ Fino all'**82% dei consumatori UK ha sperimentato la mancanza di disponibilità dei prodotti** negli ultimi 12 mesi (online e in negozio)<sup>3</sup>
- ▶ Il **69% degli acquirenti online si rivolge a un competitor** se l'articolo desiderato non è disponibile<sup>4</sup>
- ▶ Il **55% sceglie un altro negozio** se l'articolo che sta cercando non è disponibile in store<sup>5</sup>
- ▶ **Quasi la metà** dei consumatori omnicanale **compra da un'altra parte** se i tempi di consegna sembrano troppo lunghi<sup>6</sup>

Nel frattempo, dietro le quinte:

- ▶ Nel 2023, la **distorsione dell'inventario** (mancanza o eccesso di stock) è **costata ai retailer quasi 1,8 trilioni di dollari**. Quasi come il PIL del Brasile!
- ▶ **4 commercianti su 10 faticano a causa di incoerenze nei processi** di evasione tra i vari canali<sup>8</sup>
- ▶ Almeno il **30% di tutti i prodotti ordinati online viene restituito**, mentre i resi costano ai retailer circa il 6% del prezzo totale di vendita.<sup>10</sup>
- ▶ Il **31% dei rivenditori online indica gli ordini frazionati** come l'aspetto più costoso della gestione degli ordini.<sup>11</sup>

Non ha senso portare i clienti al checkout se poi non riesci a consegnare quello che vogliono, quando e dove lo vogliono, con un buon margine di profitto per la tua azienda.

Vediamo quindi come puoi migliorare le tue capacità di gestione degli ordini.

<sup>3</sup> <https://www.onestock-retail.com/en/resources/omnichannel-guide-how-retailers-can-serve-the-post-covid-shopper/>

<sup>4</sup> <https://www.onestock-retail.com/en/resources/omnichannel-guide-how-retailers-can-serve-the-post-covid-shopper/>

<sup>5</sup> <https://www.onestock-retail.com/en/resources/omnichannel-guide-how-retailers-can-serve-the-post-covid-shopper/>

<sup>6</sup> <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/retails-need-for-speed-unlocking-value-in-omnichannel-delivery>

<sup>7</sup> <https://www.ihlservices.com/product/retail-inventory-distortion-study-the-good-the-bad-the-ugly-2023/>

<sup>8</sup> <https://www.vml.com/insight/the-future-100-2023>

<sup>9</sup> <https://www.invespcro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>

<sup>10</sup> <https://www.newtoneurope.com/returns-plc>

<sup>11</sup> Efulfillment Service - social, 2023

# PARTE 1:

# Le opportunità

# In che modo la gestione degli ordini può stimolare la crescita delle vendite omnicanale?

I leader del retail di oggi stanno investendo in tecnologie che permettano di ottenere una visione completa dell'inventario, di integrare e automatizzare la gestione degli ordini e di evaderli in modo rapido, economico e sostenibile.

Collegando nuovi canali e passando a un inventario unificato, la tua azienda può introdurre servizi intercanale che rendono l'evasione, la consegna e il reso degli ordini più convenienti per i tuoi clienti e più redditizi per la tua attività.

Nei paragrafi successivi vedremo alcuni esempi del valore che può offrire una gestione degli ordini veramente omnicanale.



# 1 Visione unificata dell'inventario

Unificare lo stock significa centralizzare la gestione delle scorte su tutti i canali di vendita per avere una visione completa e in tempo reale di tutto l'inventario. Questo permette di ottimizzare le scorte, riducendo sia gli eccessi che le carenze di stock.

Massimizzare il numero di prodotti vendibili migliora la disponibilità e la velocità di consegna, aumentando la soddisfazione dei clienti.

Anche se un articolo non è attualmente disponibile, con una visione unificata puoi garantirne la disponibilità futura se sai di riceverlo presto, oppure spedirlo direttamente dal fornitore.

Unificare lo stock tramite il tuo OMS aumenta anche l'efficienza operativa e la redditività, allineando i livelli di inventario alla domanda del mercato. Inoltre, ridurre le scorte di sicurezza minimizza i costi di stoccaggio, poiché puoi mantenere solo lo stock extra necessario a prevenire carenze.



**Una gestione integrata degli ordini omnicanale permette di ottenere un incremento delle vendite retail del**

**20-30%**<sup>12</sup>

<sup>12</sup> <https://pages.onestock-retail.com/omnichannel-study-how-retailers-can-serve-the-post-covid-shopper>

## 2 Più opzioni di consegna e promesse ai clienti più precise

La spedizione non deve essere necessariamente rapida, ma dovrebbe sempre essere prevedibile: il **62% dei consumatori afferma che una stima accurata della data di consegna è più importante di una consegna veloce**<sup>13</sup>.

Calcolare e visualizzare i dati di consegna in tempo reale dà ai tuoi clienti la sicurezza di poter procedere con l'acquisto. Le statistiche mostrano che le aziende che **offrono tempi di consegna precisi aumentano i loro tassi di conversione fino al 10%**<sup>14</sup>.

Informazioni di consegna precise aumentano la soddisfazione degli acquirenti, riducono le richieste al servizio clienti e migliorano i tassi di conversione. È possibile anche introdurre servizi a valore aggiunto, come la possibilità per i clienti di filtrare i prodotti disponibili per la consegna entro le 24 ore successive.

Inoltre, puoi utilizzare i tuoi dati sulla consegna per proporre più opzioni di consegna, offrendo ai clienti maggiore scelta e convenienza.

<sup>13</sup> <https://www.businesswire.com/news/home/20230321005701/en/Pitney-Bowes-Releases-Order-Experience-Index-to-Help-Direct-to-Consumer-Retailers-Navigate-Post-Pandemic-Market>

<sup>14</sup> <https://shipa.com/blog/accurate-delivery-promises-are-key-for-e-commerce/>

<sup>15</sup> <https://gojitsu.com/news-insights/coresight-report>

<sup>16</sup> <https://blueyonder.com/knowledge-center/collateral/consumer-sustainability-survey>

<sup>17</sup> <https://thegood.com/insights/delivery-dates/>

Si tratta di opzioni come la consegna a domicilio in 24 o in 48 ore; e sappiamo che la disponibilità di opzioni di consegna in **due giorni o meno produce un incremento del 10,5% nei tassi di conversione** e un **aumento dell'8,9% degli acquisti ripetuti**<sup>15</sup>.

All'altro estremo, alcuni consumatori sono disposti a scegliere opzioni di consegna più lente con un impatto ambientale ridotto: puoi venirci incontro grazie a informazioni di consegna complete. Se incentivato, l'**83% dei consumatori sceglierebbe per i propri acquisti online una spedizione più lenta ma più sostenibile**<sup>16</sup>.

# Il 75%

**degli acquirenti dichiara che vedere la data di consegna stimata influisce positivamente sulla decisione di acquistare un articolo**<sup>17</sup>.

# 3 Evadere e consegnare dai negozi gli ordini effettuati online

L'esaurimento delle scorte è la prima causa di irritazione per molti clienti. Tuttavia, il tasso medio di indisponibilità online è ancora del **18% all'inizio della stagione**, e arriva al **35% durante il periodo di saldi**<sup>18</sup>.

Essere in grado di far evadere ai negozi fisici gli ordini effettuati online migliora immediatamente la disponibilità per i tuoi clienti online e può avere un impatto positivo sulla tua rete di negozi. Questa opzione:

- ▶ Aumenta i tassi di conversione sul sito web
- ▶ Sfrutta le scorte invendute in negozio per gli ordini e-commerce
- ▶ Accelera il rifornimento delle scorte
- ▶ Aumenta la produttività degli addetti di negozio (che possono evadere ogni giorno centinaia di ordini online)
- ▶ Consente un'evasione internazionale a costi contenuti, poiché gli ordini possono essere spediti da un negozio locale.

<sup>18</sup> Fonte: OneStock Scrapers Internal research on 300 e-commerce live sites

<sup>19</sup> Fonte: OneStock BI Suite

<sup>20</sup> Fonte: Data that OneStock customers shared with OneStock team over the course of the past years



I retailer che propongono l'evasione degli ordini online da parte dei negozi migliorano le entrate online del

**10-25%**<sup>20</sup>

## 4 Offrire servizi di Click & Collect e Prenota e Ritira

Aggiungere i servizi Click & Collect e Prenota e Ritira è un altro modo per offrire ai clienti opzioni di consegna convenienti, che al contempo aumentano il fatturato per la tua attività.

Il Click & Collect consente di consegnare la merce ai clienti più rapidamente rispetto alla consegna a domicilio. **Il tempo medio per evadere un ordine in negozio è di 1,2 giorni, rispetto a 1,8 giorni del magazzino.** Inoltre, questo metodo genera un maggiore afflusso di clienti e crea opportunità di cross-selling quando i clienti ritirano i loro ordini.

Ci sono anche vantaggi operativi nel lanciare il Click & Collect, poiché i costi di evasione si riducono drasticamente rispetto alla consegna a domicilio, e gestire questo servizio centralmente attraverso il tuo OMS garantisce che l'evasione degli ordini Click & Collect non influisca sulle vendite o sui livelli di servizio del negozio.



I clienti che ritirano in negozio gli ordini effettuati online acquistano il

**45%**<sup>22</sup> di prodotti in più.

<sup>21</sup> Fonte: OneStock BI Suite, average in 2023

<sup>22</sup> <https://cuttingedgeproducts.org/spotlight-on-business/customers-who-use-click-and-collect-online-make-additional-purchases-in-store/>

# 5 Vendere in negozio prodotti che non sono disponibili in quella specifica sede

Esaurimento di scorte e disponibilità limitata dei prodotti possono causare grande frustrazione ai clienti dei punti vendita fisici.

I servizi Order in Store danno ai consumatori la possibilità di ordinare prodotti anche quando questi non sono disponibili sugli scaffali.

Come rivenditore, offrire funzionalità di Order in Store consentirà alla tua azienda di:

- ▶ Catturare (facilmente) vendite che altrimenti sarebbero andate perse
- ▶ Sfruttare le scorte su tutti i tuoi canali
- ▶ Consentire ai clienti di creare carrelli misti
- ▶ Offrire un nuovo, comodo modo per acquistare o prenotare prodotti
- ▶ Creare un nuovo tipo di negozio con poco o nessun stock (esperienza showroom), in cui le persone possono vedere o provare i prodotti prima di ordinarli in digitale



# 6%

**è l'aumento medio del fatturato retail grazie ai servizi Order in Store<sup>23</sup>.**

<sup>23</sup> Fonte: OneStock BI Suite, average in 2023, all OneStock customers

# 6 Permettere i resi in negozio

I resi sono il tallone d'Achille di molti retailer. In media, il **9,1% degli ordini viene restituito**<sup>24</sup>, percentuale che sale al **25,9% nel settore moda e abbigliamento**<sup>25</sup>.

Ma molti commercianti non consentono il reso in negozio per gli ordini effettuati online, a causa di problemi interni legati alla logistica, all'elaborazione degli ordini, alla contabilità e alle responsabilità.

Implementando i resi in negozio, i retailer ottengono i seguenti vantaggi:

- ▶ Aumentare l'affluenza nei punti vendita
- ▶ Generare ulteriori vendite: fino al **40% dei clienti effettuano acquisti aggiuntivi** quando restituisce un articolo in negozio<sup>26</sup>
- ▶ Utilizzare il personale del negozio per elaborare i resi
- ▶ Consentire la rivendita immediata dei prodotti restituiti, senza doverli inviare al magazzino centrale



# Il 61%

dei consumatori preferisce restituire la merce in negozio anche se l'acquisto è avvenuto online<sup>27</sup>.

<sup>24</sup>, <sup>25</sup> Fonte: OneStock BI Suite, average in 2023, all OneStock customers

<sup>26</sup>, <sup>27</sup> <https://www.doddle.com/blog/why-retailers-need-ecommerce-returns-to-recover-in-store-revenue/>

# 7 Aggiungere facilmente i marketplace come nuovi canali di vendita

Oggi, **8 percorsi d'acquisto su 10 iniziano su piattaforme di marketplace**<sup>28</sup>. Integrando i marketplace nella tua strategia di gestione degli ordini omnicanale, puoi:

- ▶ Far scoprire il tuo marchio a una base di clienti più ampia.
- ▶ Testare nuovi prodotti e mercati con rischi ridotti.
- ▶ Aumentare la tua capacità di vendita senza creare situazioni di esaurimento scorte.
- ▶ Servire i clienti dei marketplace con la stessa efficienza degli ordini diretti tramite e-commerce

Ma aggiungere nuovi canali può causare sfide tecniche, per esempio problemi di compatibilità con il tuo ERP, CRM o software di gestione dell'inventario esistente, e far aumentare i costi operativi a causa della necessità di sincronizzare l'inventario su più piattaforme.

L'integrazione del controllo dell'inventario tramite il tuo OMS semplifica l'architettura IT, consentendo di gestire e aggiungere facilmente nuovi marketplace.

Il tuo OMS creerà ogni giorno collegamenti in tempo reale tra i tuoi marketplace e gli altri canali di vendita, per mostrare le scorte disponibili e i movimenti dell'inventario.

Sulla base di questi dati potrai decidere quali prodotti rendere disponibili per la vendita su Amazon o altri marketplace, in che quantità, e se allocare scorte da altri canali qualora il tuo contingente dedicato al marketplace si esaurisca.

## 59%

**è la percentuale di tutte le vendite e-commerce che si prevede che sarà generata dai marketplace entro il 2027<sup>29</sup>.**

<sup>28</sup> <https://internetretailing.net/staggering-85-of-european-online-retail-visits-to-marketplaces-new-report-finds/>

<sup>29</sup> <https://internetretailing.net/third-party-marketplace-sales-to-account-for-59-of-all-global-ecommerce-by-2027/>

**PARTE 2:**

**Valuta la tua posizione  
rispetto alla curva  
omnicanale**

# Sei avanti o indietro rispetto alla curva omnicanale?

Nel mercato competitivo di oggi, capire come si posiziona la tua azienda rispetto ai competitor è cruciale per offrire customer experience eccellenti.

Per fornire un benchmark completo, OneStock ha analizzato 300 brand europei, ha valutato le loro capacità omnicanale e assegnato a ciascuno un punteggio Customer Experience Indicator (CXI).



# Le capacità chiave per l'omnicanalità

Un retailer leader di settore eccelle in sei categorie chiave. Abbiamo misurato e ponderato le capacità dei rivenditori in tutte e sei le categorie per creare un punteggio percentuale CXI di OneStock. Un punteggio del 100% indica che un rivenditore offre tutti i servizi elencati in ciascuna delle sei categorie.



## Navigazione

- ▶ Capacità di ricerca per data di consegna
- ▶ Visualizzazione della promessa di consegna sulla pagina del prodotto
- ▶ Promessa di consegna accurata in base al contenuto del carrello e all'indirizzo



## Click and Collect

- ▶ Disponibilità del servizio Click & Collect
- ▶ Click & Collect in giornata
- ▶ Click & Collect Express in 1-3 ore
- ▶ Punti di ritiro e consegna



## Consegna a domicilio

- ▶ Compilazione automatica dell'indirizzo durante l'inserimento
- ▶ Consegna standard gratuita
- ▶ Opzioni di consegna in 24-48 ore e su appuntamento
- ▶ Finestra di consegna precisa
- ▶ Consegne nel fine settimana
- ▶ Opzioni di consegna mattutine e serali
- ▶ Opzioni di consegna ecologiche



## Consegna in negozio

- ▶ Disponibilità del servizio Prenota e Ritira
- ▶ Prenota e Ritira in giornata
- ▶ Possibilità di prenotazione appuntamenti
- ▶ Servizio Order in Store



## Tracciamento della consegna

- ▶ Informazioni sulla consegna
- ▶ Stima del tempo di consegna
- ▶ Possibilità di reindirizzare/riprogrammare la consegna
- ▶ Tracciamento della posizione del corriere
- ▶ Prova di consegna



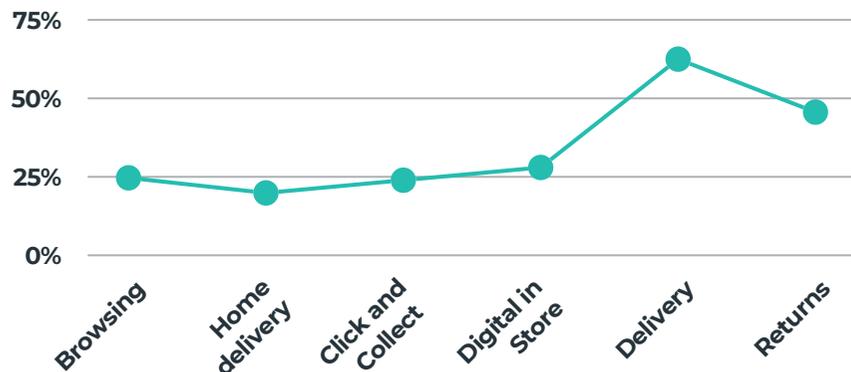
## Resi

- ▶ Resi online senza intoppi (web e app)
- ▶ Servizio di reso in negozio
- ▶ Opzioni di ritiro e consegna
- ▶ Etichette di reso precompilate
- ▶ Resi senza etichetta

# Punteggi CXI: come ti posizioni?

Il punteggio CXI complessivo per i rivenditori europei è del 34%: un valore che indica significativi margini di miglioramento. Sebbene un punteggio perfetto non sia necessario per tutti, comprendere la propria posizione relativa aiuta a identificare le aree chiave su cui concentrarsi.

## Presentazione dei punteggi CXI per i commercianti europei



**Vuoi sapere  
come si posiziona  
la tua azienda?**

**Richiedi uno studio CXI**

Analizzeremo gratuitamente i tuoi servizi e-commerce e ti forniremo il tuo punteggio CXI.

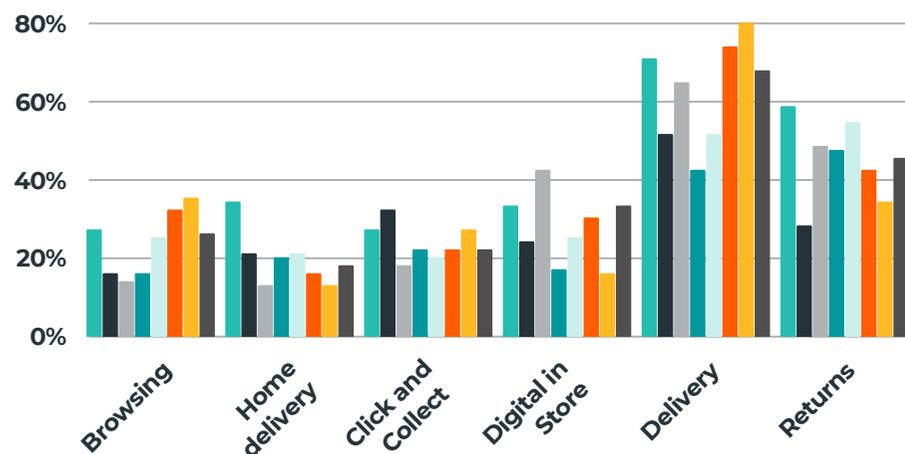
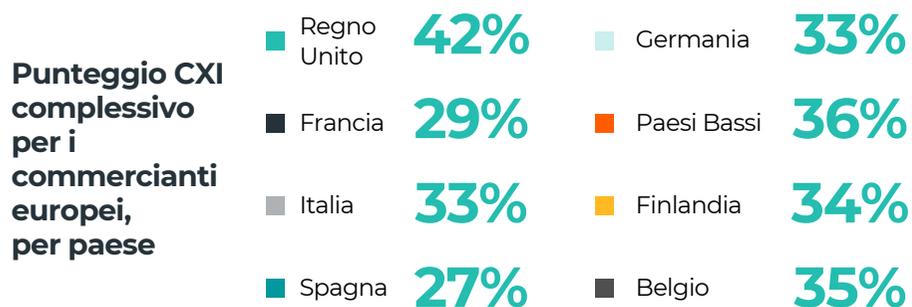
### Performance regionali:

**Regno Unito:** Leader con un punteggio CXI del 47%, che riflette un'adozione avanzata della tecnologia retail (si stima che il Regno Unito sia avanti di 3 anni rispetto ad altre nazioni europee).

**Francia e Spagna:** Indietro rispetto a UK, con punteggi rispettivamente del 29% e del 27%. Tuttavia, la Francia eccelle nei servizi di Click & Collect.

**Germania:** La più forte nel settore dei resi.

**Italia:** Ancora da migliorare i servizi di navigazione, consegna a domicilio e Click & Collect, ma è il primo Paese per Digital in Store e uno dei migliori nella gestione dei resi.

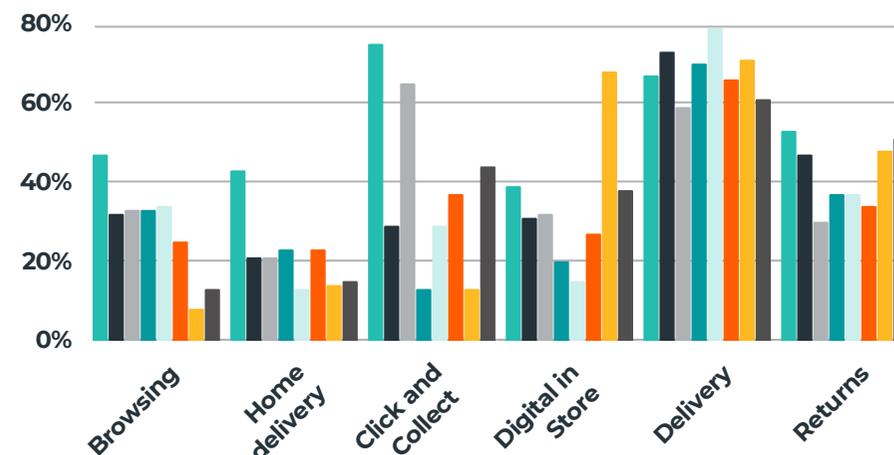
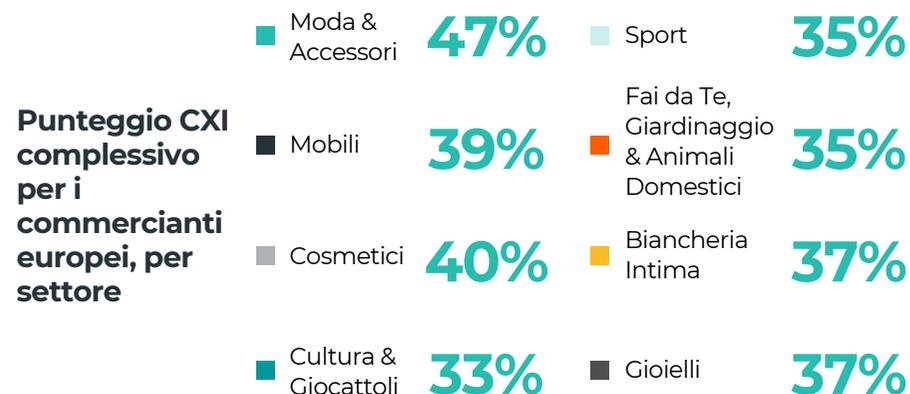


### Performance per settore retail:

**Moda e accessori:** Il punteggio più alto con un 47%, trainato da esperienze cliente competitive e da una rapida evasione degli ordini.

**Cosmetici:** Settore omnicanale maturo con un punteggio del 40%, eccellente nei servizi di Click & Collect Express.

**Sport, fai-da-te e giardinaggio, giocattoli:** I punteggi variano dal 33% al 35%, indicando capacità medie.



## **PARTE 3:**

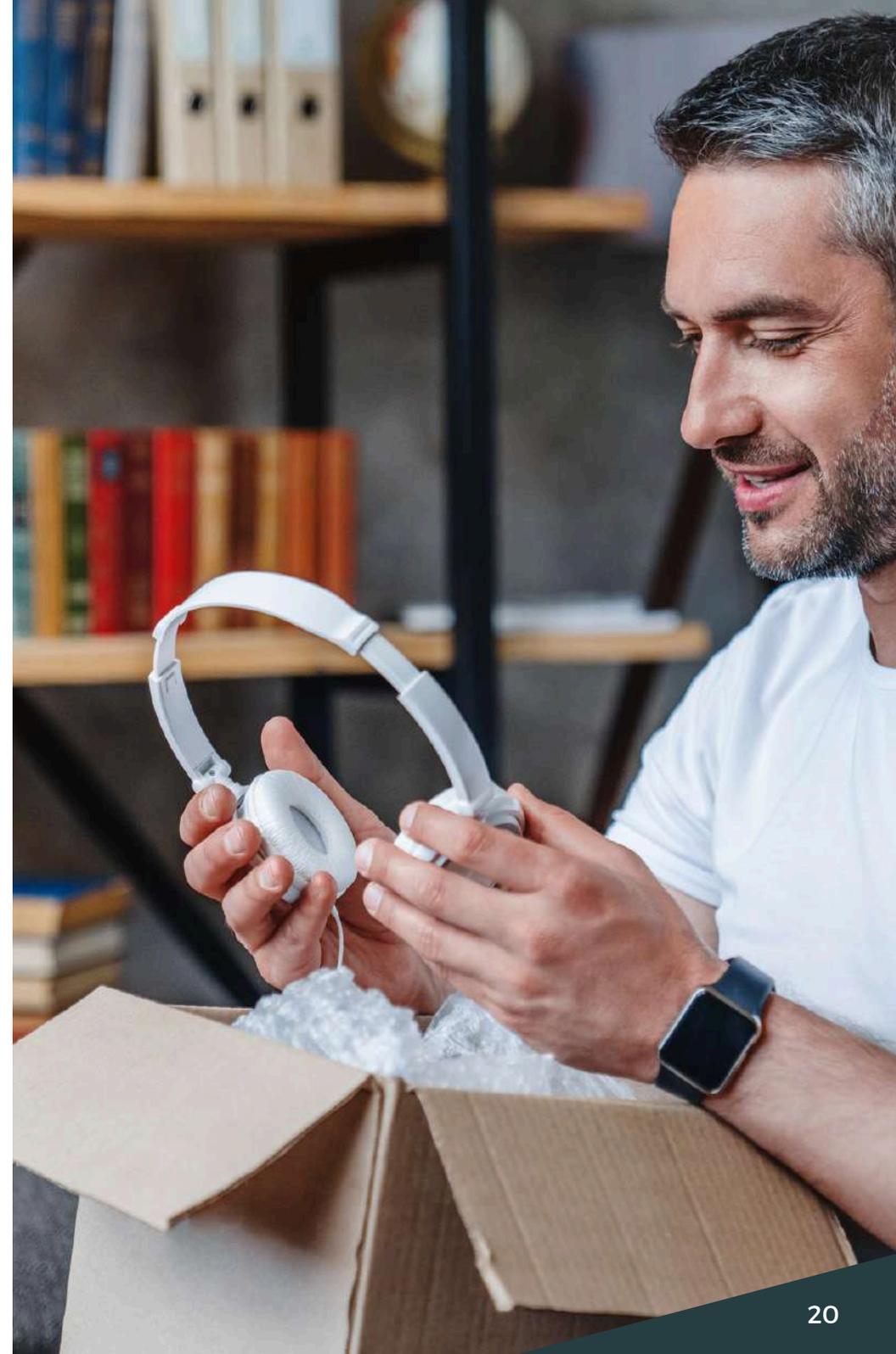
# **Creare una gestione degli ordini di livello superiore**

# Quanto è moderno ed efficace il tuo OMS attuale?

Tutto parte dall'OMS (Order Management System), lo strumento incaricato di gestire gli ordini nel miglior modo possibile, riducendo i costi e i problemi per i rivenditori e offrendo opzioni di consegna più rapide e convenienti per i clienti, in modo da creare un'esperienza di acquisto fluida e senza attriti. È probabile che la tua azienda utilizzi già un OMS di eccellenza o alcune funzionalità di OMS, anche fatte su misura.

Quanto è moderna e di successo la vostra soluzione attuale?

Sia che siate leader del settore sia che stiate inseguendo il gruppo, c'è sempre spazio per migliorare la vostra strategia di gestione degli ordini omnicanale e aumentare la soddisfazione dei clienti. Nel prossimo capitolo potrete confrontare i vostri KPI principali con alcuni dei migliori utenti di OneStock OMS.



# Alcune opzioni chiave di un OMS avanzato

Un software OMS moderno consentirà alla tua azienda di:



## Massimizzare la velocità di evasione abilitando l'orchestrazione competitiva degli ordini.

Con un OMS avanzato puoi inviare lo stesso ordine a più punti di stock che rispettino le regole di orchestrazione. L'ordine sarà evaso dal punto di stoccaggio che lo accetterà per primo.

L'allocazione competitiva degli ordini funziona meglio rispetto al metodo "a cascata" perché assegna gli ordini a tutti i punti di stoccaggio adatti, e al tempo stesso protegge ogni canale dal rischio di esaurire le scorte.

I clienti che utilizzano l'allocazione competitiva degli ordini **hanno un tasso di annullamento Ship from Store inferiore al 3%, rispetto al 30%** tra i rivenditori che utilizzano un servizio Ship from Store basato sul modello "a cascata"<sup>30</sup>.



## Offrire opzioni di consegna nuove e ambiziose

come consegna in giornata, Click & Collect in un'ora e consegne transfrontaliere utilizzando regole di orchestrazione avanzate.

Per esempio, il rivenditore francese Petit Bateau ha utilizzato il software OMS per **ridurre da 10 a 2 giorni i tempi di consegna dell'e-commerce nel Regno Unito, pur non avendo un magazzino locale**<sup>31</sup>.

E il rivenditore britannico Pets at Home, dopo aver lanciato con successo l'opzione "1 Hour Click & Collect", ora **evade il 24% dei suoi ordini e-commerce entro un'ora**<sup>32</sup>.

<sup>30</sup> Fonte: OneStock BI Suite, average in 2023, all OneStock customers

<sup>31</sup> <https://www.mark-up.it/il-retail-datafication-e-una-trasformazione-di-business/>

<sup>32</sup> <https://econsultancy.com/pets-at-home-digital-transformation-omnichannel-retail/>



**Modificare facilmente e regolarmente le regole di orchestrazione** per ottenere il massimo da ogni stagione.

Per esempio, la tua strategia di orchestrazione degli ordini potrebbe cambiare durante i periodi di picco (dando priorità ai magazzini mentre i team nei negozi sono troppo occupati con i clienti) o nell'ultimo giorno del periodo dei saldi (dando priorità ai negozi che devono liberarsi delle scorte).

La possibilità di modificare facilmente le regole di orchestrazione senza l'intervento del team IT è un grande vantaggio per team che danno importanza alla flessibilità. Molti clienti OneStock confermano di **modificare le regole di orchestrazione più volte l'anno** per ottimizzare meglio le scorte.



**Limitare gli ordini frazionati.**

Il frazionamento degli ordini può comportare costi aggiuntivi di preparazione e consegna, riducendo i margini e spesso causando una cattiva esperienza per il cliente.

Ci sono scenari in cui purtroppo è necessario suddividere le spedizioni (ad esempio, quando è l'unico modo per soddisfare le esigenze di consegna di un cliente di alto valore), ma puoi ridurre la frequenza e il costo degli ordini frazionati utilizzando un software OMS con regole di orchestrazione avanzate.

Per esempio, **la percentuale media di ordini Click & Collect frazionati per tutti i clienti OneStock nel 2023 è stata solo del 3,7%.**



**Minimizzare gli ordini annullati** rimuovendo errori di inventario, migliorando le capacità di evasione cross-canale e prevenendo promesse eccessive da parte dei negozi.

Un software OMS avanzato può ridurre significativamente gli annullamenti degli ordini rispetto ai sistemi meno moderni, per diversi motivi. I fattori più importanti sono: la facilità d'uso per tutti gli utenti e gli stakeholder interni, la gamification che incoraggi il personale sul campo a utilizzare tutte le funzionalità dell'applicazione, la flessibilità e profondità delle regole di orchestrazione.

Per esempio, i problemi di disponibilità in magazzino possono essere risolti introducendo servizi di Ship from Store. Oppure, un ordine che non può essere evaso da un negozio può essere trasferito a un altro punto vendita.

I migliori retailer OneStock hanno **tassi di annullamento che si attestano tra lo 0,5% e l'1%** (escludendo e-Rese, che ha tassi molto più alti a causa del no-show dei clienti).



**Disporre di uno strumento realmente utilizzato dagli addetti del negozio.**

Il modo in cui i dati vengono forniti al personale di prima linea può darti un vantaggio competitivo. Dotare gli addetti del negozio di un'app mobile consente loro di vendere articoli non disponibili sugli scaffali, di gestire meglio gli ordini Click & Collect e Ship from Store, di gestire i resi e di migliorare la soddisfazione del cliente.



**Avere accesso a insight più approfonditi sulle operazioni grazie all'analisi delle prestazioni della gestione degli ordini omnicanale.**

Un sistema OMS avanzato include strumenti di reportistica e analisi che forniscono ai retailer informazioni preziose sulla gestione degli ordini, i punti di stoccaggio, gli articoli, le promesse di consegna e altro ancora.

I KPI importanti da monitorare e analizzare includono la **velocità di evasione** e il numero di ordini **frazionati** per punto di stoccaggio, i **tassi** e le **motivazioni di annullamento** degli ordini, le performance web-to-store e store-to-web per ogni zona geografica, negozio e periodo di tempo. La tua configurazione attuale ti fornisce questi KPI?

# Sblocca il tuo potenziale omnicanale con OneStock OMS

Il nostro software intelligente di gestione degli ordini aiuta i commercianti a ottimizzare la gestione degli ordini e a creare esperienze omnicanale fluide e ininterrotte.

OneStock OMS semplifica le operazioni e riduce i costi associati all'evasione omnicanale, consentendo ai retailer di selezionare di volta in volta la migliore opzione di consegna, prendendo in considerazione tutto lo stock disponibile su tutti i canali.

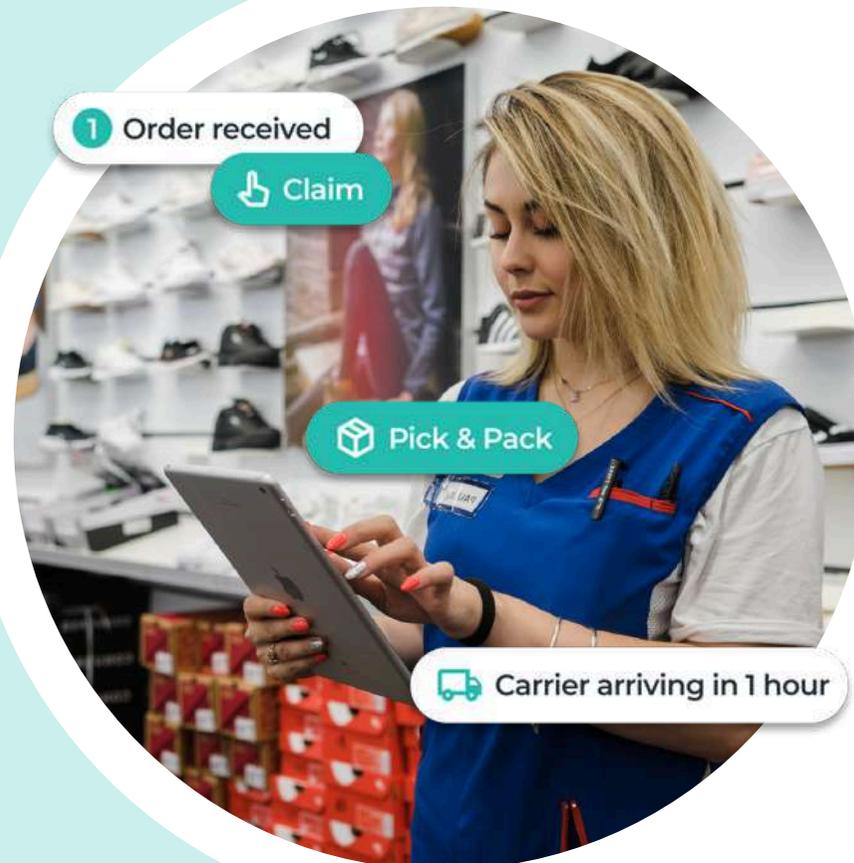
Il nostro software centralizza la visibilità degli ordini e libera le scorte dai limiti geografici per massimizzare le opportunità di vendita, identificando al contempo le aree di miglioramento per ottimizzare i servizi omnicanale.

**Per saperne di più su OneStock OMS**

## Per domande e informazioni

 [contact@onestock-retail.com](mailto:contact@onestock-retail.com)

 [onestock-retail.com](https://onestock-retail.com)



 **OneStock**