

Come impatta il fulfillment sulle performance di un sito e-commerce?

# 18 STATISTICHE CHE MIGLIORERANNO LE VENDITE DEL TUO E-COMMERCE

# FBY

Fulfillment By YOCABÉ

*4 fattori che dovresti tenere in considerazione*



# Indice

Introduzione	01
Cos'è il fulfillment?	02
Perché il fulfillment è la chiave del successo dell'e-commerce?	04
Come impatta il fulfillment sulla conversion rate?	07
Come impatta il fulfillment sulla retention?	10
Come impatta il fulfillment sul costo di spedizione?	12
Come impatta il fulfillment sul mercato?	14

# Introduzione

Le vendite su Internet hanno svolto un ruolo sempre più importante nella vendita al dettaglio.

**Nel 2021, l'e-commerce ha rappresentato circa il 19,6% delle vendite al dettaglio in tutto il mondo.**

Le previsioni indicano che entro il 2025 il segmento online rappresenterà quasi un quarto del totale delle vendite al dettaglio globali.

**Negli ultimi anni, in Italia si sono registrati più di 33 milioni di acquirenti e-commerce, il 71% dei quali ha effettuato ricerche online prima di acquistare dei prodotti.**

Il fatturato dell'e-commerce in Italia nel 2020 è aumentato costantemente, raggiungendo i 48,5 miliardi di euro.

**In questo contesto, una giusta strategia di fulfillment può migliorare e aumentare le vendite del tuo e-commerce, ridurre i costi delle operazioni di gestione dei clienti ed aumentare la retention.**

# Cos'è il fulfillment?

Gestione dell'inventario, selezione dei prodotti, imballaggio degli stessi e spedizione degli ordini ai clienti.

L' evasione dell'ordine si riferisce all'intero processo a partire dalla vendita, fino all'esperienza post-consegna del cliente fino ad includere eventuali resi.

Copre tutti gli aspetti essenziali come la ricezione, l'elaborazione e la consegna degli ordini.

Diamo un'occhiata più da vicino a questi passaggi per saperne di più su come funziona il fulfillment dell'eCommerce.

## Step 1

GESTIONE  
SCORTE

### Step 1: Gestione delle scorte

È un processo ricorrente che viene eseguito contemporaneamente alla gestione dell'inventario. È fondamentale avere una visione completa delle scorte prima di poter iniziare a elaborare qualsiasi ordine.

## Step 2

STOCCAGGIO E  
GESTIONE  
INVENTARIO

### Step 2: Stoccaggio e gestione dell'inventario

Questo passaggio è uno dei più cruciali in quanto determina la velocità delle operazioni di fulfillment. È indispensabile disporre i prodotti dell'inventario in scaffali e contenitori adeguati insieme alle etichette corrette per evitare problemi durante il prelievo. Ottimizzare lo spazio del magazzino permette di ospitare tutti gli articoli a disposizione e individuarli facilmente.

## Step 3

RICEZIONE

### Step 3: Ricezione

Questo passaggio è parallelo alla gestione dell'inventario. Dopo aver stabilito le modalità di ricezione delle richieste di ordini, è necessario ordinarle in base alle date di consegna. È importante fornire al cliente una data di consegna stimata o un periodo di tempo in cui possono aspettarsi la consegna del proprio ordine.

## Step 4

RACCOLTA

### Step 4: Raccolta

La raccolta costituisce la scansione del magazzino e la ricerca del prodotto richiesto dal cliente. In questo caso, una raccolta semplice e veloce è possibile solo con un magazzino ordinato. Uno dei migliori metodi di raccolta degli ordini è il batch picking in cui più ordini vengono raggruppati in lotti più piccoli, che in genere includono 10-20 ordini.

# Cos'è il fulfillment?



## Step 5: Packaging

Il packaging costituisce una parte essenziale del processo in quanto è una rappresentazione tangibile del proprio marchio. Si possono scegliere diversi tipi di imballaggio: robusti ma semplici oppure personalizzati. In ogni caso, è fondamentale che il pacco sia adeguatamente imballato, etichettato e corrisponda agli standard stabiliti dai corrieri.



## Step 6: Spedizione

In questa fase, il cliente diventa un acquirente vero e proprio. Pertanto, è il momento più importante del processo di fulfillment. Una customer experience senza interruzioni, insieme all'offerta di più opzioni di pagamento con contrassegno e commissioni prepagate, costituiscono dei buoni presupposti per una conversione e retention del cliente.



## Step 7: Consegna dell'ordine e gestione dei resi

Il processo di fulfillment termina per lo più con la consegna del prodotto. A questo, si aggiunge il reso degli ordini e gestirlo in modo efficace diventa molto importante.

L'evasione degli ordini di un e-commerce può essere eseguita internamente dalla società di e-commerce stessa o come processo in outsourcing da un fornitore di servizi di terze parti (3PL in breve): questo è ciò che fanno le aziende come FBY.

*“La piattaforma FBY, grazie alla propria tecnologia, gestisce tutte le tue esigenze logistiche, dalla raccolta degli ordini, alla gestione dell'inventario, fino alle spedizioni e ai resi.”*



# Perché il fulfillment è la chiave del successo dell'e-commerce?

Il più delle volte, il fulfillment e la logistica rimangono degli aspetti trascurati da imprenditori e commercianti. Poiché il loro obiettivo è aumentare le vendite e ottimizzare il marketing, perdono di vista questa parte delle loro attività che alla fine potrebbe avere un impatto importante e in grado di potenziare entrambi. Un sistema di fulfillment scadente porta ad una scarsa esperienza di consegna al cliente, che può annullare tutto il tuo duro lavoro realizzato nel marketing. Di contro, un efficiente sistema di evasione degli ordini, può costituire la chiave del successo di un e-commerce.

Marketplace come **Amazon** e **Zalando**, ad esempio, fanno della logistica un loro punto di forza.



La gestione innovativa dei magazzini e l'aumento dei venditori che affidano direttamente alla società la logistica dei propri prodotti per la vendita sulla piattaforma online determinano una quota di fatturato pari a circa il 50% del totale. La consegna garantita entro 24 ore e la possibilità di consegnare a punti di ritiro, quali negozi, edicole, Amazon lockers, massimizzano la comodità per il cliente e fanno la differenza con le altre piattaforme di vendita, che non presentano questi vantaggi.

All'interno dei depositi Amazon, tutti gli spazi sono scientificamente ottimizzati e le attrezzature (scaffalature, muletti, postazioni di pesatura e di lettura dei barcode) sono studiate per agevolare la movimentazione e contenere la possibilità di errore, massimizzando la velocità e minimizzando i costi di gestione: la capacità di evasione è superiore a 500mila ordini al giorno.

# Perché il fulfillment è la chiave del successo dell'e-commerce?



Tra i punti di forza di Zalando, costituiti da un sito web in grado di offrire un'esperienza di acquisto intuitiva e immediata e l'elaborazione di strategie di marketing innovative, la rete logistica ricopre un ruolo fondamentale, insieme all'abbattimento dei costi di spedizione e reso. Rapida e puntuale, la logistica di Zalando offre un servizio gratuito di spedizione e reso, caratteristica che è riuscita a creare un e-commerce efficiente, in cui i clienti si sentono assistiti e rassicurati.

Anno dopo anno, la rete logistica di Zalando continua a svilupparsi di pari passo con la crescita complessiva dell'azienda. Ad oggi, risulta composta da ben 15 centri logistici in 5 Paesi (Italia, Germania, Polonia), 3 dei quali attualmente in fase di costruzione.

Nonostante l'esempio di questi grandi colossi, molti piccoli rivenditori sembrano trascurare il rafforzamento della propria rete logistica o non considerano la possibilità di avvalersi di operatori specializzati che li aiutino nella gestione dei prodotti, dal prelievo all'imballaggio e spedizione degli ordini.

**Il fulfillment e-commerce ha il potenziale per aumentare le entrate e la soddisfazione dei clienti a seconda di come viene gestito. Con la domanda di e-commerce in continuo aumento, aumentano anche le aspettative dei clienti per consegne e spedizioni più veloci.**

# Perché il fulfillment è la chiave del successo dell'e-commerce?

In questa guida è stato raccolto un elenco delle più interessanti statistiche sul mondo dell'e-commerce, cercando di capire in che modo il fulfillment sta influenzando il comportamento dei consumatori e sta impattando sulla vendita al dettaglio globale.

**E ancora più nello specifico, in che modo il fulfillment impatta sulle performance di un sito e-commerce?**

## 4 Fattori che dovresti tenere in considerazione:

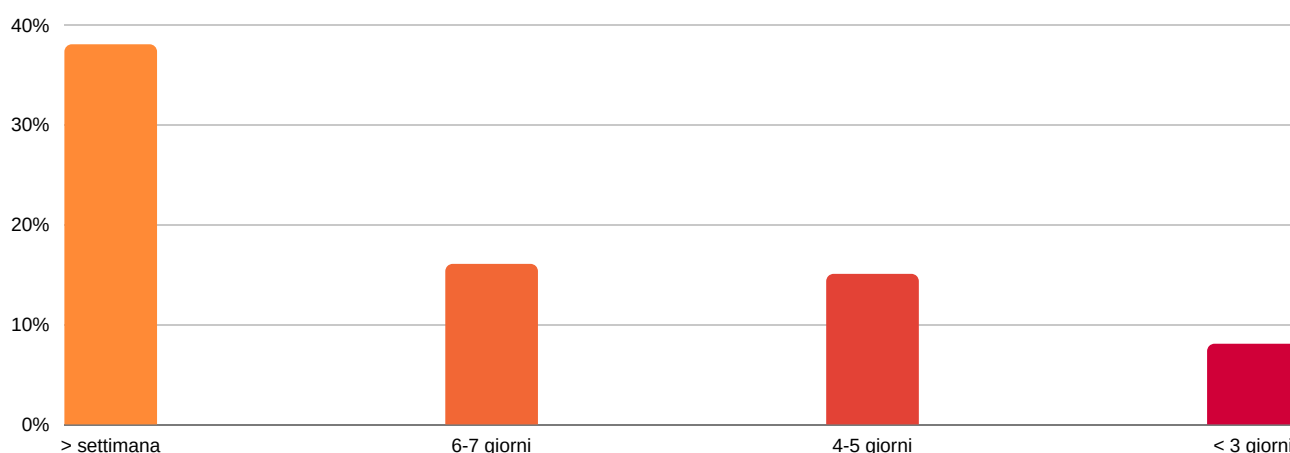
- 1 → Conversion rate
- 2 → Retention
- 3 → Costi di spedizione
- 4 → Mercati



# Come impatta il fulfillment sulla conversion rate?

## Alcuni dati.

1. Il 38% degli acquirenti online abbandonerà il proprio ordine se la consegna richiederà più di una settimana. Il 16% abbandonerà l'ordine se la consegna richiederà 6-7 giorni. Il 15% abbandonerà l'ordine se la consegna richiederà 4-5 giorni e solo l'8% abbandonerà l'ordine se la consegna richiederà meno di 3 giorni.



Qual è il motivo dietro a questi dati?

I clienti hanno ormai a disposizione una serie di opzioni di consegna rapida messe a disposizione dai giganti dell'e-commerce, con spedizioni che avvengono in due giorni, al giorno successivo oppure al giorno stesso.

Vogliono acquistare e ricevere il più rapidamente possibile. Se un rivenditore non è in grado di soddisfare tale richiesta, il cliente è immediatamente pronto a rivolgersi altrove per trovare qualcuno che possa farlo.

# Come impatta il fulfillment sulla conversion rate?

## Alcuni dati.

2. *Quasi un quarto degli acquirenti online (24%) abbandonerebbe il proprio ordine se non venisse fornita alcuna data di consegna. Il 37% degli italiani è disposto a pagare per avere una consegna più rapida e il 59% considera importante poter cambiare la data o l'ora di consegna.*

Nell'e-commerce, come praticamente in qualsiasi settore, i consumatori amano la trasparenza. Le aziende che sono trasparenti vengono premiate con l'attività e la fedeltà di un cliente. Nel momento in cui un'azienda non è in grado di fornire informazioni sulla data di consegna, rischierà di perdere fino al 24% dei clienti che potrebbero abbandonare gli acquisti, in favore di un altro competitor dotato di un sistema di fulfillment più avanzato e performante."

3. *Circa 8 americani su 10 (82%) affermano di consultare valutazioni e recensioni online quando acquistano qualcosa per la prima volta. Inoltre, quasi la metà degli americani ritiene che le recensioni dei clienti aiutino "molto" a rendere i consumatori sicuri dei propri acquisti (46%) e a rendere le aziende responsabili nei confronti dei propri clienti (45%).*

Gli utenti potrebbero consultare siti di valutazioni online alla ricerca di informazioni sull'affidabilità dell'azienda e quindi delle sue capacità di soddisfare le esigenze di fulfillment tipiche degli utenti e-commerce.

4. *Sebbene il metodo di pagamento più utilizzato in Italia per effettuare gli acquisti online sia la carta di debito (33% dei consumatori), il pagamento in contrassegno ha registrato una crescita del +1% (superando, in alcuni casi, il 30% delle spedizioni). Il rischio potrebbe essere quello di perdere la maggior parte di questi utenti se il fulfillment non garantisse anche il contrassegno.*

# Come impatta il fulfillment sulla conversion rate?

## Alcuni dati.

Scegliere quale gateway di pagamento utilizzare è importante per un e-commerce. Questo permette di offrire ai propri clienti un'esperienza d'acquisto sicura e senza intoppi. La scelta deve tenere in considerazione il proprio mercato di riferimento, in modo da poter scegliere dei metodi di pagamento conosciuti e familiari ai propri utenti.

**La carta di debito** è il pagamento più popolare in Italia. Viene utilizzato dal

**33%**

dei consumatori



5. *Il 42% degli acquirenti italiani sono disposti a pagare un costo extra per le consegne con zero emissioni.*

Un numero sempre più grande di consumatori guarda con particolare attenzione alle buone pratiche aziendali per non inquinare, minimizzare l'impatto delle attività di business sull'ambiente e adottare sistemi di produzione puliti e green. Un e-commerce in grado di offrire modalità di consegna Green, ha più probabilità di soddisfare le richieste di questa tipologia di utente e di aumentare la conversion rate.

# Come impatta il fulfillment sulla retention?

## Alcuni dati.

1. *Il 69% dei consumatori ha meno probabilità di acquistare in futuro dallo stesso rivenditore se un prodotto acquistato non viene consegnato entro 2 giorni dalla data indicata.*

Se un cliente effettua un ordine e l'azienda non è in grado di consegnarlo entro 2 giorni dalla data di consegna prevista, ci sono buone probabilità che quel cliente non ritorni ad acquistare. (Questo può accadere in particolar modo per i nuovi clienti che non hanno mai acquistato). Il mancato rispetto dei tempi specificati, provoca una sfiducia nei confronti del cliente che non sarà più propenso ad acquistare presso una determinata azienda.

2. *Si stima che i clienti già acquisiti e che comprano più volte lo stesso prodotto o prodotti diversi dalla stessa azienda, coprano fino al 70% delle vendite.*

Acquisire nuovi clienti è fondamentale per un'azienda, così come è importante occuparsi dei clienti già fidelizzati. Un 5% di aumento della retention comporta un aumento dei profitti per l'azienda che oscilla tra il 25 e il 95%.

3. *L'89% delle aziende afferma che un eccellente servizio clienti gioca un ruolo enorme nella fidelizzazione dei clienti.*

Un servizio clienti che sia attento, preciso e rapido, così come una logistica delle spedizioni ad alte performance, che offra un servizio di consegna preciso, affidabile e puntuale, svolgono un ruolo cruciale nel processo di fidelizzazione dei clienti nelle attività di e-commerce.

Ancor di più, la presenza di strumenti di monitoraggio precisi e completi in grado di fornire ai clienti informazioni tempestive ed attendibili.

# Come impatta il fulfillment sulla retention?

## Alcuni dati.

La piattaforma FBY permette di tenere sotto controllo tutte le attività di logistica e spedizioni attraverso un unico servizio.

Strumenti di analisi e report che permetteranno di monitorare a 360 gradi le performance del proprio e-commerce (l'impatto il valore medio del carrello, il costo di spedizione e molto altro).

*4. Il 76% degli acquirenti è propenso a ritornare in futuro sullo stesso sito e-commerce in presenza di una politica di restituzione trasparente.*

Istituire una politica di reso chiara e conveniente per i clienti aumenta le probabilità di acquisto delle persone e di permanenza delle stesse, in quanto, sapendo di poter restituire le proprie spedizioni senza disagi e costi aggiuntivi avranno meno dubbi sugli acquisti e saranno più propensi ad effettuare futuri acquisti.

# Come impatta il fulfillment sul costo di spedizione?

## Alcuni dati.

1. *Il 25% degli acquirenti online abbandonerà il proprio ordine a causa dell'aggiunta di costi di spedizione imprevisti all'ordine appena prima del checkout.*

Anche questo aspetto si riduce alla trasparenza. I clienti vogliono sapere in anticipo quanto dovranno pagare per il loro ordine; così da pianificare il loro acquisto. L'imposizione di una commissione di consegna comparsa all'improvviso al momento del pagamento può non essere gradita e potrebbe mettere a rischio la fiducia che l'azienda vuole instaurare con il cliente.



2. *Il 63% degli acquirenti online fa leva sulle spese di spedizione eccessive come motivo per aver annullato un acquisto.*

Spesso i clienti sono abituati alle spese di spedizione gratuite o scontate offerte da molte società di e-commerce. Ciò pone i rivenditori di fronte a una sfida: far pagare le spese di spedizione ai clienti e rischiare di perdere la vendita di un prodotto, oppure farsi carico delle stesse e guadagnare meno (o addirittura perdere denaro) sulla vendita.

Usando un sistema di fulfillment conveniente, è possibile ridurre sia il costo di logistica che di spedizione su un ordine e-commerce.



# Come impatta il fulfillment sul costo di spedizione?

## Alcuni dati.

*3. Il 74% degli acquirenti online afferma che la spedizione gratuita è uno dei fattori più importanti al momento del pagamento e il 94% ha intrapreso un qualche tipo di azione per qualificarsi per la spedizione gratuita.*

Ciò significa che i rivenditori che offrono ai clienti l'opportunità di qualificarsi per la spedizione gratuita, sia aggiungendo articoli al carrello, creando un account o completando qualche altro tipo di azione, saranno probabilmente in grado di mantenere i clienti che altrimenti perderebbero.

Poiché i margini sono in genere più elevati per gli ordini costituiti da più unità rispetto agli ordini di una singola unità, implementando una sorta di soglia di spedizione gratuita (ad esempio, quando i clienti ricevono la spedizione gratuita per ordini di 50 euro), è possibile che ogni ordine sia più redditizio per un rivenditore, nonostante i costi di spedizione aggiuntivi.

*4. Per i rivenditori online, il costo medio per evadere un ordine è del 30% del valore medio dell'ordine.*

Tra costi di manodopera, spese generali, suddivisioni inefficienti degli ordini, resi e altre spese che incidono sui margini di profitto, l'ordine e-commerce medio è tutt'altro che prezioso come ci si potrebbe aspettare. Per molti rivenditori, ridurre al minimo questi costi attraverso l'uso di tecnologie e processi più intelligenti può portare a sostanziali guadagni di redditività.

# Come impatta il fulfillment sul mercato?

## Alcuni dati.

1. *Si stima che il mondo abbia visto 10 anni di crescita dell'e-commerce in soli 90 giorni nel primo trimestre del 2020.*

Questa "accelerazione" del passaggio alle vendite online e all'evasione degli ordini ha contribuito in modo significativo alle sfide della catena di approvvigionamento che abbiamo affrontato a livello globale negli ultimi 2 anni e che dovrebbero continuare almeno fino al 2023.

2. *Le vendite online continuano ad aumentare: l'e-commerce globale è cresciuto del 58% a fronte dell'Italia che registra una crescita del 21%. Si stima una crescita della vendita globale che supererà i 5mila miliardi di dollari.*

Nel primo trimestre del 2021 l'e-commerce globale è cresciuto del 58% su base annua contro il 17% del primo trimestre 2020.

L'Italia riesce a registrare un aumento del 21%, portando così il valore complessivo delle vendite a 30,5 miliardi di euro.



L'e-commerce globale è cresciuto del

# 58%

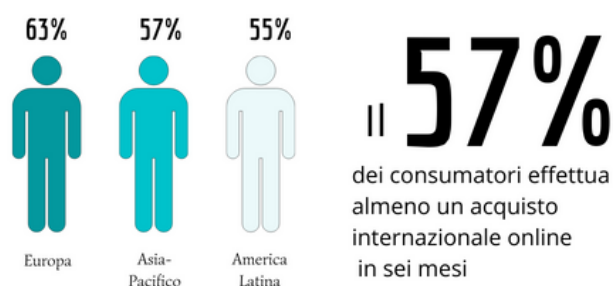
# Come impatta il fulfillment sul mercato?

## Alcuni dati.

Questa crescita è dovuta a due fattori principali: i clienti nei mercati consolidati sono sempre più a loro agio con la spedizione online e i clienti nei nuovi mercati acquisiscono l'abitudine molto rapidamente. Si prevede, inoltre, un aumento della spesa totale sul canale e-commerce che entro il 2025 sfonderà il tetto dei 7mila miliardi di dollari, grazie ad un miglioramento dell'infrastruttura tecnologica globale e delle condizioni di acquisto online.

3. *Vendere oltre confine? Il 92% preferisce acquistare su siti che offrono la propria valuta locale e il 33% è probabile che abbandoni un acquisto se il prezzo è solo in dollari USA.*
- Inoltre, si registra che il 20% degli acquirenti non completa gli acquisti a causa di costi di spedizione internazionali troppo elevati.*

Questi dati mostrano, non solo che la localizzazione conta anche quando si tratta di valuta, ma anche che un e-commerce dotato di un sistema di fulfillment che permette di gestire spedizioni all'estero in modo conveniente, può essere un'opportunità e una soluzione all'abbandono del carrello.



# Come impatta il fulfillment sul mercato?

## Alcuni dati.

*4. Negli ultimi anni, si sta assistendo ad un aumento considerevole del volume dei servizi di consegna dei pacchi.*

La crescita è dovuta ai pacchi dell'e-commerce: in Italia, nel quinquennio 2016-2020 le consegne sono cresciute in volumi ad un tasso medio annuo di circa il 34%, pari a circa 420 milioni di pacchi, rappresentando quasi il 70% del mercato totale.

Questa crescita è collegata per lo più agli effetti della pandemia Covid-19, periodo in cui le vendite online sono sensibilmente aumentate.

*5. All'interno di un e-commerce, i prodotti possono essere gestiti e manipolati 20 o più volte. In un ambiente di vendita al dettaglio tradizionale, invece, il prodotto viene controllato in media circa 5 volte.*

Questa maggiore gestione ha portato a una serie di evoluzioni nell'imballaggio poiché sia i produttori che le operazioni di fulfillment mirano a ridurre le possibilità che il prodotto venga lasciato cadere o che venga danneggiato, utilizzando anche imballaggi adeguati e sicuri.

# Riferimenti

1. Idealo.it
2. "E-commerce in Italia:cosa è cambiato nel 2021"  
Art. tratto da delexdigital.it
3. "Customer experience in 2022: What do the experts predict?", Dicembre 2021,  
econsultancy.com
4. Ricerca realizzata dal *Pew Research Center*
5. *Sendcloud*
6. Articolo "Customer retention: come far crescere un business fidelizzando i clienti" tratto da Its-campus.com
7. Semrush
8. Invespcro.com
9. Salesforce, 2022
10. Efulfillmentservice.com
11. Mckinsey.com
12. Report dell'Osservatorio eCommerce B2c della School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm
13. Global Ecommerce Forecast di eMarketer
14. Shopify-Plus\_Global-ecommerce-guide
15. Statista.com
16. Indagine AGCOM

---

## Contatti

FBY by YOCABÈ srl  
Via Nepal 16, 00144, Roma (RM)  
P.Iva: IT04817560750

<https://www.fby.solutions/>

**FBY**  
Fulfillment By YOCABÈ