

## E-COMMERCE :

I TUOI COLLI SONO GLI AMBASCIATORI DELL'IMMAGINE DEL TUO MARCHIO!



## E-COMMERCE :

**I TUOI COLLI SONO GLI AMBASCIATORI DELL'IMMAGINE DEL TUO MARCHIO!**



## INTRODUCTION

**Nonostante il settore dell'e-commerce sia in crescita da molti anni, è cresciuto in modo ancora più deciso nel 2020. Secondo uno studio di McKinsey, è cresciuto in soli 3 mesi di blocco a un tasso equivalente a 10 anni. Nello stesso anno rappresentava il 13,4% del commercio in Francia.<sup>1</sup>**

Vediamo che sempre più brand offrono questo canale oltre alle vendite in negozio. Questi nuovi commercianti si stanno aggiungendo all'offerta consumer dell'e-commerce insieme ai player puri che offrono solo la vendita digitale.

Di conseguenza la pressione competitiva aumenta e diventa importante garantire una qualità impeccabile del servizio al cliente finale. La sfida dietro queste considerazioni è innanzitutto la fidelizzazione dei consumatori attraverso una customer experience impeccabile.

## LA CUSTOMER EXPERIENCE, AL CUORE DELLE QUESTIONI STRATEGICHE



La customer experience non è una sensazione, è il viaggio rappresentato da tutte le interazioni tra il cliente e il brand e si basa su diversi criteri: sito web, prodotti, consegna, servizio clienti, ecc.

Più l'esperienza del cliente è qualitativa e personalizzata, più è soddisfacente e influenzerà il consumatore a formarsi un'opinione favorevole sul brand, a ripetere i propri acquisti e a suggerirla positivamente ai suoi conoscenti o su Internet.

**Questo aspetto è tanto più importante in quanto il commento negativo non è mai lontano! I social network ora offrono una voce potente per i clienti scontenti e non è più raro ad esempio, trovare storie su Twitter di brutte esperienze quando si ricevono pacchi. Sotto la dicitura #excessivepackaging, molti clienti della grande distribuzione lamentano imballaggi sproporzionati o danneggiati e non esitano a contestare direttamente le aziende responsabili.**



## LA CUSTOMER EXPERIENCE, AL CUORE DELLE QUESTIONI STRATEGICHE

Vendere un prodotto che soddisfi il cliente significa anche consegnarlo correttamente... e una consegna di successo richiede anche un imballaggio adeguato! Elemento essenziale, il packaging è il riflesso del prodotto che trasporta, il primo contatto tra il cliente e il venditore. Se il pacco arriva danneggiato, il cliente sarà deluso, non effettuerà un nuovo ordine e peggio, come abbiamo appena detto, farà pubblicità negativa per il marchio responsabile. Per evitare ciò, l'imballaggio deve soddisfare diversi criteri:

### - Sicurezza:

questa è la missione primaria del packaging per garantire un trasporto sicuro del prodotto. Pur rispettando le specifiche del prodotto e le sue dimensioni, l'imballo deve fornire protezione dalle aggressioni esterne (furti, urti, ecc.) per garantire che il pacco arrivi sano e salvo in buone condizioni. Per questo esistono soluzioni di automazione per il montaggio di un coperchio termosaldato o di strisce a strappo per certificare che il cartone non è stato aperto. La riduzione dello spazio vuoto, il fissaggio con film termoretraibile e l'uso di cunei servono anche a garantire che i prodotti vengano trasportati nelle migliori condizioni.

### -Facilitare i resi:

Elemento integrante nelle vendite online e veri componenti dell'esperienza del cliente, i resi rappresentano in media il 10% degli ordini nell'e-commerce, anche se variano a seconda del settore e possono raggiungere il 20-25% nel tessile. Pertanto, l'uso di un cartone a doppia aletta ne consentirà il riutilizzo se il consumatore desidera restituire il prodotto. È anche possibile utilizzare delle coperture speciali, facendo sembrare l'apertura del pacco come aprire un regalo. Offrire questo tipo di imballaggio serve naturalmente a migliorare l'esperienza del cliente.

### - Economia dei consumi:

In un momento in cui i consumi stanno diventando più responsabili, il packaging deve migliorare il proprio impatto ambientale. Ciò si traduce spesso in sforzi da parte di molte aziende che si stanno organizzando per limitare l'uso dei materiali di consumo. L'imballaggio adattato alle dimensioni del prodotto non solo contribuisce alla sua sicurezza (meno spazio vuoto nella confezione significa un minor rischio di impatto del prodotto all'interno del cartone), ma affronta anche le questioni ambientali: l'utilizzo di meno cartoni e meno materiali di consumo è una risposta a questi temi. Se lo spazio vuoto è ottimizzato, non è necessario aggiungere carta, cunei, airbag o scaglie di polistirolo. I consumatori stanno diventando più sensibili alle questioni ambientali, apprezzeranno ricevere imballaggi più adatti. Inoltre, un prodotto ben confezionato ridurrà i costi di trasporto poiché i vettori verranno caricati in modo ottimale.

## PACKAGING:

### A TUTTI GLI EFFETTI UN MEZZO DI COMUNICAZIONE

**Sempre con l'obiettivo di migliorare la customer experience, esistono nuove possibilità attraverso moduli di stampa che possono essere utilizzati per personalizzare il pacco con i colori dell'azienda o del cliente. La nuova macchina Jivaro Print di Savoye offre una combinazione unica di stampa automatizzata e riduzione dello spazio vuoto.**



Questa personalizzazione del pacco offre diverse opportunità. In primo luogo, un rafforzamento dell'immagine del brand. La stampa del logo o del colore dell'azienda rende il collo riconoscibile e gli consente di distinguersi quando viene trasportato per strada, accatastato in una stazione di consegna pacchi o riposto in una cassetta delle lettere. Il pacco è in un certo senso l'incarnazione del brand e questo è tanto più vero quando si tratta di un marchio di e-commerce al 100%. Trasmette così con sé tutti i valori e l'immagine che il brand vuole riflettere: estetica, umorismo, lusso, serietà, ecc.

Questa personalizzazione del packaging ha anche uno scopo commerciale. Il cartone può diventare un mezzo pubblicitario o una leva di marketing in grado di comunicare messaggi promozionali legati a particolari eventi commerciali (Natale, Pasqua, saldi, Black Friday, San Valentino, ecc.). Il momento dell'apertura di un pacco è un momento importante e privilegiato per il cliente finale che scopre i prodotti tanto attesi. È importante sfruttare questo importante stato di attenzione dell'acquirente per presentare i nuovi prodotti stampati direttamente sulla confezione.

Il pacco può anche essere personalizzato secondo i desideri del cliente finale, a esempio come regalo offerto e consegnato a una persona cara. Questo dà al cliente la possibilità di stampare una foto o un messaggio personalizzato per la persona che riceve la spedizione.

Questa soluzione di stampa può essere preziosa per i professionisti che gestiscono attività multimarca e desiderano offrire ai propri clienti servizi di imballaggio personalizzati per il brand. L'enorme vantaggio di questo tipo di soluzione: la possibilità di stampare l'etichetta di trasporto direttamente sul cartone, in modo da risparmiare carta.

## JIVARO PRINT:

### MIGLIORA LA CUSTOMER EXPERIENCE DEL TUO CLIENTE CON IL PACKAGING

Adatta per attività logistiche multimarca e per tutti i rivenditori che desiderano personalizzare i propri colli, la soluzione Jivaro Print di Savoye riduce il volume spedito, assicura la chiusura del cartone e personalizza la copertina per un pacchetto solido, responsabile ed estetico. Basata sulla moderna tecnologia a getto d'inchiostro, la stampa Jivaro offre rendering di altissima qualità su qualsiasi cartone convenzionale. Personalizzati in questo modo, i pacchi contribuiscono attivamente alla qualità dell'esperienza del cliente e al miglioramento dell'immagine del brand del mittente.



- Stampa di una copertina a colori di altissima qualità per visualizzare il logo o il messaggio della tua azienda.
- Stampa su qualsiasi tipo di cartone indipendentemente dal colore (marrone o bianco) o dal materiale.
- Libertà di stampa, con un gran numero di PDF supportati dal sistema

---

## CONCLUSIONI

Considerato a lungo come un semplice contenitore per il trasporto, l'imballaggio ora ha un ruolo molto più strategico e rappresenta un vero ambasciatore dell'immagine di brand dell'azienda che lo invia. È importante quindi non trascurarlo e farne un alleato di marketing sfruttando le tante soluzioni di automazione e personalizzazione che esistono e che rafforzano positivamente la customer experience in un momento in cui il suo parere sta diventando sempre più determinante.



## **SAVOYE:**

### **LA MIGLIORE AUTOMAZIONE DEL SETTORE PER LE VOSTRE ESIGENZE LOGISTICHE DELLA SUPPLY CHAIN**

#### **ADVANCED TECHNOLOGIES**

##### **Preparazione degli ordini per carichi leggeri**

Soluzione Goods-to-person X-PTS, trasportatori intelligenti, sistemi di smistamento ad alta velocità, robotizzazione, ecc.

##### **Automazione dell'imballaggio per la spedizione**

JIVARO, e-JIVARO, PAC 600, sicurezza del prodotto: applicazione del coperchio di cartone, posa degli inserti di cartone, ecc.

##### **Stoccaggio automatico per carichi pesanti**

MAGMATIC

#### **ADVANCED SOFTWARE**

##### **Gestione del magazzino e del flusso informatico**

OMS, WMS, WCS, TMS, EDI