

---

# Το λιγότερο αποδοτικό κομμάτι μιας εφοδιαστικής είναι το last mile, σύμφωνα με Logistics Managers

---

2023/04/11 08:05 στην κατηγορία LOGISTICS

---

Το τελευταίο μίλι (last mile), από τον κόμβο διανομής μέχρι τον τελικό προορισμό μπορεί να αποτελέσει το “στρατηγικό” κομμάτι των μηχανισμών ανάπτυξης των online λιανοπωλητών.

## Επιμέλεια: Β. Βεγιάζη

Ωστόσο, τα 2/3 των Logistics Managers υποστηρίζουν ότι **αποτελεί το λιγότερο αποτελεσματικό κομμάτι της εφοδιαστικής αλυσίδας**, εν μέρει λόγω “χαμένων” παραδόσεων και ασύνδετων διαδικασιών.

Ειδικότερα, σύμφωνα με την nShift, εταιρεία που ειδικεύεται στο software διαχείρισης αποστολής και παράδοσης δεμάτων, «σήμερα η **σωστή τεχνολογία στο last mile μπορεί να συμβάλει στη μείωση του κόστους**, βελτιώνοντας παράλληλα την ικανοποίηση του πελάτη και επιταχύνοντας την επιχειρηματική ανάπτυξη».

Μάλιστα, σύμφωνα με την Deloitte, σχεδόν τα **3/4 των πελατών θα αύξαναν τις δαπάνες τους σε εμπόρους λιανικής που διαθέτουν σωστή εμπειρία παράδοσης**.

«Η διαχείριση των παραδόσεων είναι ζωτικής σημασίας για την ικανοποίηση των πελατών, αλλά μπορεί να είναι δύσκολο να εκτελεστεί σε κλίμακα. Κάθε λάθος αντιπροσωπεύει ένα κόστος -και ενδεχομένως- έναν χαμένο πελάτη», σύμφωνα με τον Sean Sherwin-Smith, Product Director Post-Purchase της nShift.

Όπως εξήγησε, «βλέπουμε όλο και περισσότερα brands να επενδύουν σε συστήματα που τα βοηθούν να εκτελούν παραδόσεις πιο “έξυπνα”, ανταποκρινόμενα παράλληλα στις υψηλές προσδοκίες των πελατών τους».

Με αφορμή τα παραπάνω, η nShift προτάσσει τέσσερα βασικά σημεία που πρέπει να εξετάσουν λιανέμποροι και online καταστήματα για να μεγιστοποιήσουν τις δυνατότητες ανάπτυξής τους μέσω της διαχείρισης των παραδόσεων.

Αναλυτικότερα:

1) **Υψηλού επιπέδου customer experience:** με τις επιλογές παράδοσης που

αναμένουν κατά την πληρωμή για την παραλαβή των δεμάτων τους με τους δικούς τους όρους τους. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει επιλογή μεταξύ κόστους, ταχύτητας και βιωσιμότητας κάθε παράδοσης. Τα διαδικτυακά καταστήματα καλό θα ήταν να παρέχουν και τα τρία.

2) **Γρήγορη ανάπτυξη:** υποβοηθούμενη από απλά integrations με την υπάρχουσα τεχνολογία για λιανέμπορους.

3) **End-to-end δυνατότητες:** ένα ενιαίο σύστημα που θα καλύπτει ολόκληρη τη διαδικασία διαχείρισης παραδόσεων συνεπάγεται μικρότερο κίνδυνο σφαλμάτων και μεγαλύτερη απόδοση συνολικά.

4) **Σωστές επιστροφές:** τέσσερις στους πέντε πελάτες δεν θα ψωνίσουν ξανά brands των οποίων οι διαδικασίες επιστροφών δεν ανταποκρίνονται στις προσδοκίες τους. Εάν γίνονται σωστά, οι πολιτικές επιστροφών μπορούν να μειώσουν τα κόστη μιας επιχείρησης.

Καταλήγοντας, ο Sherwin-Smith τόνισε: «Είναι πολύ εύκολο μια επιχείρηση να κάνει τσιγκουνιές και να επιδιώξει ψευδείς οικονομίες στη διαχείριση παράδοσης δεμάτων. Όμως, η επένδυση σε σωστή τεχνολογία μπορεί να κάνει τις παραδόσεις “θεμέλιο λίθο” τόσο για τη διατήρηση πελατών όσο και για την ανάπτυξη της επιχείρησης».