
Οι λιανέμποροι χρειάζονται περαιτέρω υποστήριξη στα logistics. Αναγκαία η καλύτερη χρήση των φυσικών σημείων πώλησης

2016/08/10 14:45 στην κατηγορία LOGISTICS

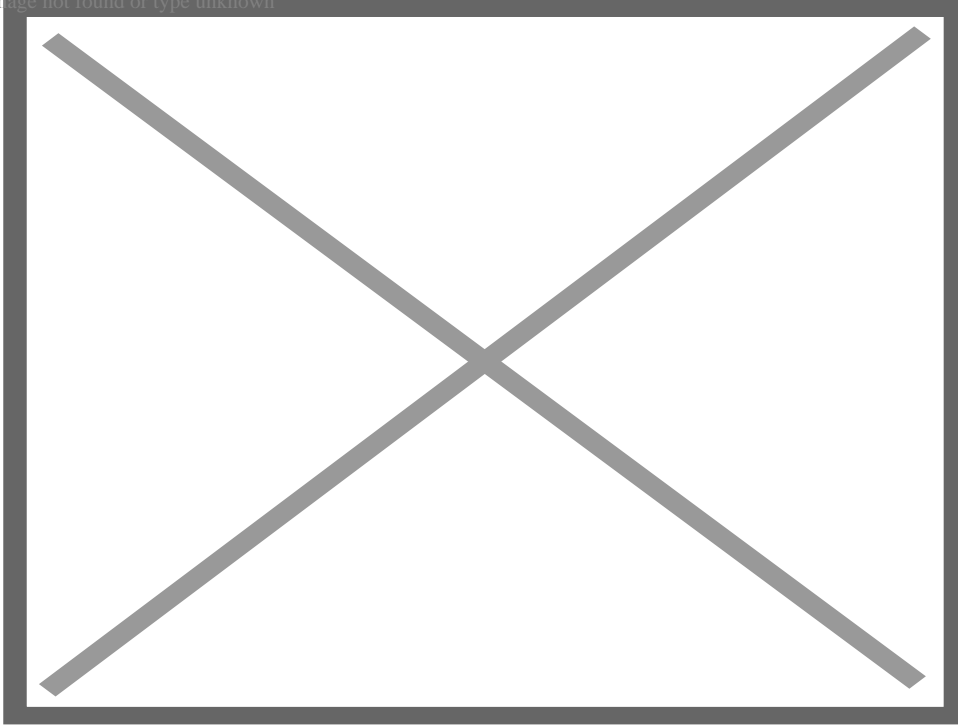
Σύμφωνα με νέα έρευνα της UPS, τα ευρωπαϊκά καταστήματα χρειάζεται να καινοτομήσουν σε τρεις βασικούς εφοδιαστικούς τομείς, ώστε να είναι ανταγωνιστικά στο εξωτερικό.

Η έρευνα της UPS παρουσιάζει τις προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει το ευρωπαϊκό λιανεμπόριο στην προσπάθεια του να ανταποκριθεί στις ανάγκες των ψηφιακών πελατών. Η εν λόγω έρευνα με τίτλο [«UPS Pulse of the Omni-channel Retailers»](#) υπογραμμίζει ότι η καινοτομία είναι απαραίτητο συστατικό για την επίτευξη σταθερού ή διευρυμένου μεριδίου αγοράς στο λιανικό εμπόριο, το οποίο λειτουργεί πλέον σε παγκόσμια κλίμακα έχοντας παίκτες με διασυνοριακή δραστηριότητα.

«Οι καταναλωτές πλέον αναζητούν πολλαπλά διαδικτυακά και παραδοσιακά κανάλια πωλήσεων και χρησιμοποιούν εκείνα που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες τους», σημειώνει η κ. Carrie Royle, Retail Marketing Manager της UPS Europe, **αναφέροντας παράλληλα ότι οι καταναλωτές «χρησιμοποιούν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να συγκρίνουν και να κρίνουν τις υπάρχουσες προσφορές».**

Οι λύσεις που προσφέρει η UPS, βοηθούν τους εμπόρους να αναπτυχθούν και να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών τους στις online αγορές. Νωρίτερα μέσα στο τρέχον έτος, ειδικοί πάνω σε θέματα logistics από 700 εταιρείες λιανικής μοιράστηκαν τις εμπειρίες τους για την έρευνα.

Το ευρωπαϊκό λιανεμπόριο έχει συγκεκριμένα επενδυτικά και διαρθρωτικά προγράμματα, τα οποία πρέπει να υλοποιήσει, έτσι ώστε να ανταποκριθεί στους κορυφαίους ανταγωνιστές του χώρου.



Πάνω από το 30% των στελεχών της αγοράς ανέφεραν ότι αντιμετωπίζουν μεγάλες προκλήσεις στην υλοποίηση επενδύσεων σε συστήματα πληροφορικής, στην οργάνωση των λειτουργιών logistics, στην κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών, αλλά και στο να καταστήσουν την διοικητική λειτουργία των επιχειρήσεων τους ικανή να ανταποκριθεί στην πολυεπίπεδη λειτουργία της εν λόγω αγοράς.

Στο πλαίσιο της ευθυγράμμισης των υφιστάμενων εφοδιαστικών αλυσίδων με **τις ανάγκες των λεγόμενων «flex shoppers»**, οι retailers πρέπει εμβαθύνουν σε τρεις βασικούς τομείς: τα φυσικά σημεία πώλησης, την έλλειψη αποθεμάτων και τις διασυννοριακές επιστροφές.

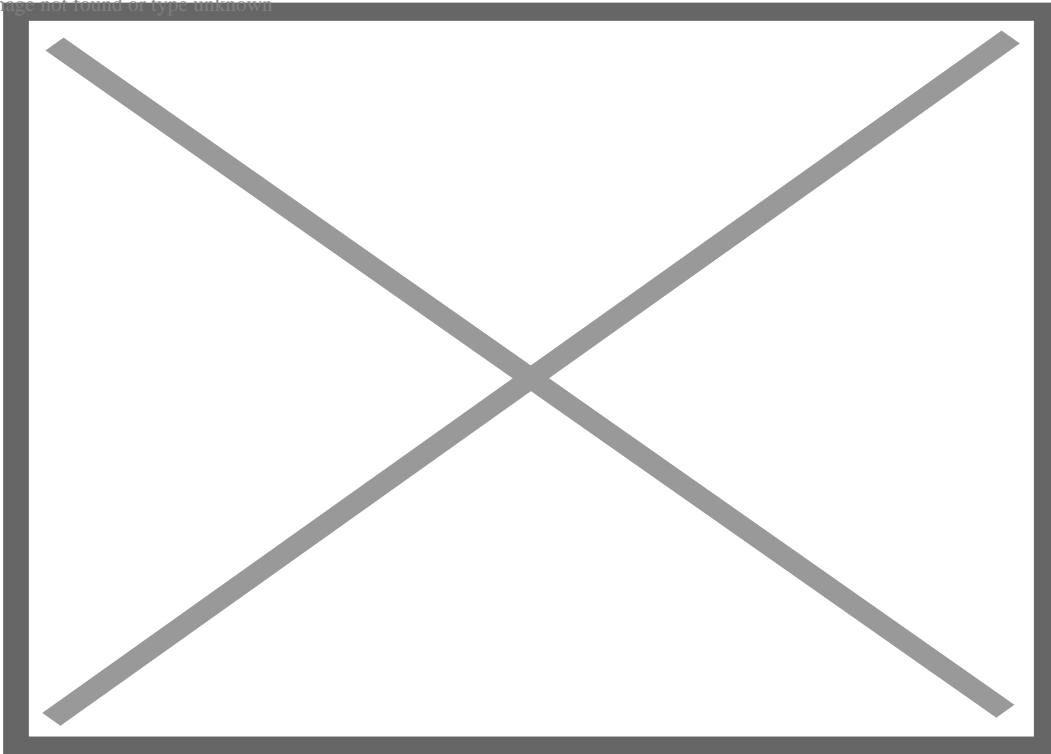
Καλύτερη χρήση των φυσικών σημείων πώλησης

Για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί οι ευρωπαίοι retailers, θα πρέπει να αντιληφθούν ότι τα παραδοσιακά φυσικά καταστήματα γίνονται όλο και λιγότερο δημοφιλή την ώρα που οι online πωλήσεις αυξάνονται, γεγονός που σημαίνει ότι θα πρέπει να γίνουν κινήσεις πέραν της παραδοσιακής λειτουργίας των καταστημάτων, τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν ως χώροι αποθήκευσης αποθέματος και ως μέρος του δικτύου διανομής.

Σχεδόν το ένα τρίτο (27%) των Ευρωπαϊκών εταιρειών λιανικού εμπορίου χρησιμοποιούν ήδη τα καταστήματά τους ως κέντρα που εξυπηρετούν online αγορές, όμως όπως δείχνει και το διάγραμμα, υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις Ευρωπαϊκές χώρες που εξετάστηκαν.

Παράλληλα, σύμφωνα με τα στοιχεία της UPS **το 31% των λιανέμπορων της Ευρώπης**, σχεδιάζουν να εκμεταλλευτούν τις αλυσίδες καταστημάτων τους ή άλλες εγκαταστάσεις μέσα στους επόμενους 12 με 24 μήνες, προκειμένου να προσφέρουν μεγαλύτερη ευκολία στους πελάτες που κάνουν online παραγγελίες.

Image not found or type unknown



«Η εν λόγω έρευνα για την αγορά λιανικής επιβεβαιώνει την εμπειρία μας για τους flex shoppers. Οι πολυάσχολοι πελάτες παραλαμβάνουν τα πακέτα τους με πολύ βολικό τρόπο σε κάποιο από τα 24.000 Access Points της UPS σε Ευρώπη και Β. Αμερική» αναφέρει η κ. Royle.

«Σχεδόν 27 εκατομμύρια πελάτες από όλο τον κόσμο έχουν εγγραφεί στην online υπηρεσία και εφαρμογή UPS My Choice, η οποία επιτρέπει τον επαναπρογραμματισμό και την αλλαγή πορείας των παραγγελιών, σύμφωνα με το πώς βολεύει τον πελάτη».

Μετατροπή της έλλειψης αποθέματος σε πωλήσεις

Σύμφωνα με [προηγούμενη έρευνα της UPS](#), σε περιπτώσεις έλλειψης κάποιου προϊόντος, 41% των Ευρωπαίων καταναλωτών θα ανατρέξει στην ιστοσελίδα ή εφαρμογή κάποιου ανταγωνιστή, ενώ το 20% σημειώνει ότι θα πάει σε ανταγωνιστικό κατάστημα. Μόνο το 17% ανέφερε ότι είναι διατεθειμένο να περιμένει. Η έρευνα καταδεικνύει ότι οι online επιχειρήσεις προσαρμόζονται πιο εύκολα σε καταστάσεις έλλειψης κάποιου προϊόντος;



Το 68% των εμπόρων παρακολουθούν την διαθεσιμότητα του προϊόντος και προχωρούν σε αποστολή του σε συγκεκριμένη διεύθυνση, αμέσως μόλις το προϊόν είναι διαθέσιμο, και το 59% ειδοποιεί τον πελάτη εκ των προτέρων για την διαθεσιμότητα του επιθυμητού αντικειμένου, την ώρα που τα φυσικά καταστήματα έχουν μείνει αρκετά πίσω.

Περίπου τα μισά φυσικά σημεία πώλησης (45%) προτείνουν απλώς στους πελάτες τους να περιμένουν, χωρίς ωστόσο να προτείνουν εναλλακτικές λύσεις.

Η UPS προσφέρει ολοκληρωμένη υποστήριξη για ανάπτυξη και υλοποίηση λύσεων σε πολλαπλά κανάλια, μέσω των στρατηγικών logistics των εμπόρων, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να επιλέξουν την καλύτερη δυνατή λύση στο να μεταγράψουν την έλλειψη προϊόντων σε ευκαιρίες πώλησης.

Διαχείριση διασυνοριακών επιστροφών

Είναι ευρέως γνωστό ότι η διαχείριση περιπτώσεων επιστροφών είναι βασικό συστατικό επιτυχίας όλων των επιχειρήσεων λιανικής συμπεριλαμβανομένου και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εμπιστοσύνη του πελάτη και ακεραιότητα των εμπορικών σημάτων εξαρτάται από στα αποδοτικά συστήματα επιστροφών.

Οι retailers ισχυρίζονται ότι οι βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σε αυτόν τον τομέα έχουν να κάνουν με την **διαχείριση ελαττωματικών προϊόντων (64%) και στην διεξαγωγή ελέγχων ποιότητας (50%)**. Η έρευνα επίσης αναφέρει ότι οι **λιανέμποροι χρειάζονται υποστήριξη από τρίτους σε επίπεδο logistics**.

Πάνω από το 60% των ηγετών στον χώρο των logistics αναφέρουν ότι χρειάζονται πολλαπλούς συνεργάτες στον τομέα των logistics προκειμένου να διαχειριστούν τις επιστροφές, ενώ πάνω από 70% θεωρούν ότι αυτοί οι συνεργάτες συμφέρουν από οικονομικής άποψης.

«Η διαχείριση των διασυνοριακών παραγγελιών των πελατών αποτελεί πρόκληση» σχολιάζει η κ. Royle. «Η UPS προσφέρει ευρεία ποικιλία επιλογών σε ότι αφορά τις επιστροφές. Οι καταναλωτές μπορούν να αφήσουν τις προ-πληρωμένες παραγγελίες τους σε οποιοδήποτε από τα 15,000 UPS Access Points σε όλη την Ευρώπη», συμπλήρωσε.