

CAPITOLO 2: Operazioni logistiche e impatti della distribuzione dell'ultimo miglio

UNITA' 2.3: Tendenze operative per tutti gli operatori

Capsula 2.3.2

Comportamento e aspettative dei consumatori



Da fare prima di questa capsula:

Capsula 1.2.1, 1.2.4

Capsula collegata con:

Capsula 2.2.2, 2.5.5

Autori:

NVF & Consorzio SUSMILE



Obiettivi della Capsula

L'obiettivo della capsule è introdurre gli studenti all'importanza chiave del comportamento e delle aspettative dei consumatori per il business Last Mile Distribution (LMD) e fornire una panoramica delle attuali tendenze nel comportamento e nelle aspettative dei consumatori..

Categoria	Document, source	EQF		
		4	5	6
		X	X	X

Esercizi inclusi	NO
------------------	----

Tempistiche per la capsula	Contenuto 2 Min.	Esercizi - Min.	Materiale extra 30 Min.
----------------------------	---------------------	--------------------	----------------------------

Contenuto della Capsula

1. Comportamento e aspettative dei consumatori: fattori chiave
2. Le principali tendenze attuali e l'impatto della pandemia di COVID-19

Istruzioni per la Capsula

In allegato a questa capsula due fonti di informazione:

1. Un'analisi della società di consulenza «Accenture» che descrive come le aspettative dei clienti nei confronti della consegna di ultimo miglio, si sia evoluta ed identifica i fattori chiave e le tendenze cui ogni azienda deve essere consapevole per avere successo.
2. Nella seconda fonte, un articolo web, troverete ulteriori informazioni sull'attuale tendenza di consegna ai consumatori, anche nel contesto della pandemia di COVID-19.

Leggendo queste fonti dovresti ottenere una panoramica di base delle tendenze attuali, il comportamento e le aspettative dei consumatori. Oltre a ciò, le seguenti pagine della capsula portano un breve riassunto del contenuto della fonte più rilevante per l'argomento.

Comportamento e aspettative dei consumatori

L'e-commerce è cresciuto continuamente negli ultimi anni e quindi la necessità di consegnare più pacchi ai consumatori. Con l'aumento dell'e-commerce, il comportamento e le aspettative dei consumatori diventano cruciali. I consumatori possono fornire un feedback immediato e potenzialmente influenzare le decisioni degli altri clienti su quale operatore scegliere. Ci sono tre fattori principali che i consumatori riflettono: **tempi di consegna**, **prezzo**, e **tracciamento e controllo della consegna**.

Comportamento e aspettative dei consumatori

Con la crescita del settore delle consegne, anche le aspettative dei clienti si sono evolute. I principali fattori attuali delle aspettative dei clienti possono essere riassunti come segue:

- Consegna rapida o istantanea (incluso lo stesso giorno)
- Consegna a basso costo o gratuita
- Consegna trasparente (tracciamento della consegna, che consente un maggiore controllo e flessibilità))

Fonte (pdf in EN):
Accenture.com. (14 febbraio 2019)). *In che modo la consegna dell'ultimo miglio potrebbe evolversi per soddisfare in modo sostenibile le aspettative dei clienti?*



https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-95/accenture-last-mile-delivery-meet-customer-expectations.pdf

Tendenze attuali e impatto del COVID-19

La pandemia di COVID-19 ha dato impulso ad alcune tendenze già esistenti e ne ha anche date vita a nuove. Queste sono le attuali tendenze dei consumatori che tengono conto dell'impatto della pandemia di COVID-19:

- **Ripensamento:** la pandemia influenza negativamente i redditi di alcune famiglie. Pertanto alcuni consumatori hanno cambiato il modo di spendere.
- **Dissolvere le fedeltà al marchio:** le aziende che non si sono adattate alla nuova situazione, causata dalla pandemia, hanno rilevato che una parte dei consumatori fidelizzati, le avesse abbandonate.
- **Problemi di sicurezza:** a causa della pandemia è emersa un'impennata delle preoccupazioni per la pulizia e l'igiene.
- **Eccellenza digitale:** poiché la maggior parte delle attività commerciali durante la pandemia sono state spostate su Internet, i consumatori si sono abituati e si aspettano servizi online di alta qualità.

Fonte (sito web in EN): Sickmon, S. (2021, 23 settembre). *Come sopravvivere con l'evoluzione delle tendenze di consegna dei consumatori*. *Aptean.com*.



<https://www.aptean.com/en-BE/insights/blog/survive-changing-home-delivery-trends>

Documento, Fonte 1

Accenture. (14 febbraio 2019)). *In che modo la consegna dell'ultimo miglio potrebbe evolversi per soddisfare in modo sostenibile le aspettative dei clienti?* https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-95/accenture-last-mile-delivery-meet-customer-expectations.pdf

Documento, Fonte 2

Sickmon, S. (2021, 23 settembre). *Come sopravvivere mentre le tendenze di consegna dei consumatori si evolvono*. Aptean.com. <https://www.aptean.com/en-BE/insights/blog/survive-changing-home-delivery-trends>