Skille

info@skille.it

Storie e visioni della nuova economia

Accordo **strategico** per i servizi di **consegna** e di sviluppo dei **punti di ritiro** nel commercio digitale fra la **startup bergamasca** e il colosso globale dell'e-commerce, portale con oltre **12mila aziende** italiane

L'ultimo miglio della logistica Amazon partner di FermoPoint

di Simone Casiraghi

GLI ACQUISTI ONLINE
LEVA DI COMPETITIVITÀ

Il postino non suonerà più due volte. E non ci sarà nemmeno più bisogno di perdere tempo ad aspettarlo. Protagonista di questo cambio di prospettiva è un'impresa bergamasca, la startup innovativa FermoPoint, con cui Amazon ha siglato una partnership operativa di Counter, il nuovo servizio del colosso dell'e-commerce nei servizi di logistica dell'ultimo miglio nel commercio digitale. Al centro dell'alleanza, che oggi verrà formalmente annunciata dalla casa di Seattle, il nuovo servizio di consegna dei prodotti acquistati online sulla piattaforma di Jeff Bezos, dove oltre 12mila imprese italiane hanno già deciso di aprire la loro vetrina virtuale.

Saranno invece fisici, i quasi 3mila punti che il network di FermoPoint, guidato dal Ceo Alberto Lisi, ha messo sul tavolo della trattativa e che consentiranno ai clienti di Amazon di ricevere e poi ritirare i propri acquisti online dove decideranno loro e in luoghi diversi dalla propria abitazione (oggi il 76,4% riceve i propri acquisti a casa, ma solo il 14% ha una portineria, l'8,4% in ufficio), ma altrettanto sicuri, secondo orari quasi personalizzati e in luoghi molto più comodi. Esultano gli e-shopper: la decisione di comprare o non comprare in un e-commerce dipende quasi esclusivamente dall'offerta dei servizi logistici, non è quindi più solo una questione di tempi o di costi. In più, tecnicamente, il modello distributivo di FermoPoint, è utilizzabile come portineria 2.0 anche per acquisti da siti che non lo integrano o per spedizioni non derivanti da acquisti online. Ma esultano anche le imprese, visto che in Italia nonostante una crescita continua a doppia cifra (+18% nel 2019), la penetrazione sul mercato complessivo resta ancora molto distante dagli altri paesi europei.

UN NETWORK FISICO
PER LE CONSEGNE

Il postino quindi non suonerà più due volte. Il postino, in realtà, non suonerà proprio più. Entrerà direttamente al bar sotto casa, al negozio lì vicino, entrerà nella cartoleria a due passi dal portone di casa propria o all'edicola, in libreria. In città appena più grandi il riferimento sarà il vicino centro commerciale o la più grande portineria del quartiere, o un grande negozio della via. In ognuno di questi luoghi ci sarà qualcuno a rispondere e a ritirare il pacco con dentro l'acquisto online, fatto perlopiù da uno smartphone e in prevalenza da dietro la scrivania dell'ufficio. Il postino vestirà i panni dello spedizioniere di Amazon e il suo servizio, fatto in prevalenza di velocità, di puntualità e luogo comodo di consegna, è diventato così un elemento decisivo dell'innovazione e della battaglia competitiva del commercio elettronico.

Il sistema locker si contrappone al sistema Counter come punto ritiro

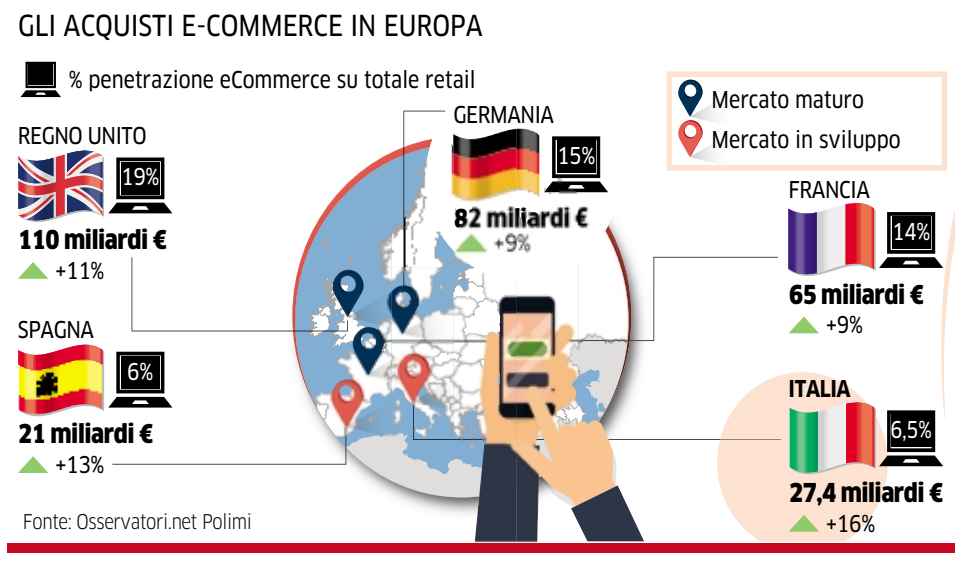
Questa battaglia si gioca tutta nell'ultimo miglio (last mile) lungo la filiera della nuova logistica riscritta dell'e-commerce. Un settore che il commercio digitale continua a far crescere e che oggi movimenta il 60% del valore delle merci in Italia. In questa battaglia è decisamente scesa in campo FermoPoint, startup nata e cresciuta quattro anni fa, nel 2014, negli spazi del polo tecnologico e incubatore d'impresa di Bergamo Sviluppo, al Point di Dalmine, il braccio armato della Camera di Commercio sul fronte dell'innovazione tecnologica. Il suo Ceo, Alberto Luisi, 45 anni, ha infatti intuito subito l'elemento strategico della logistica nel commercio digitale. E così, da subito, ha messo al centro del proprio modello di business la creazione di un network di punti fisici da destinare a punti di ritiro dei propri acquisti online nel caso non ci si trovasse in casa.

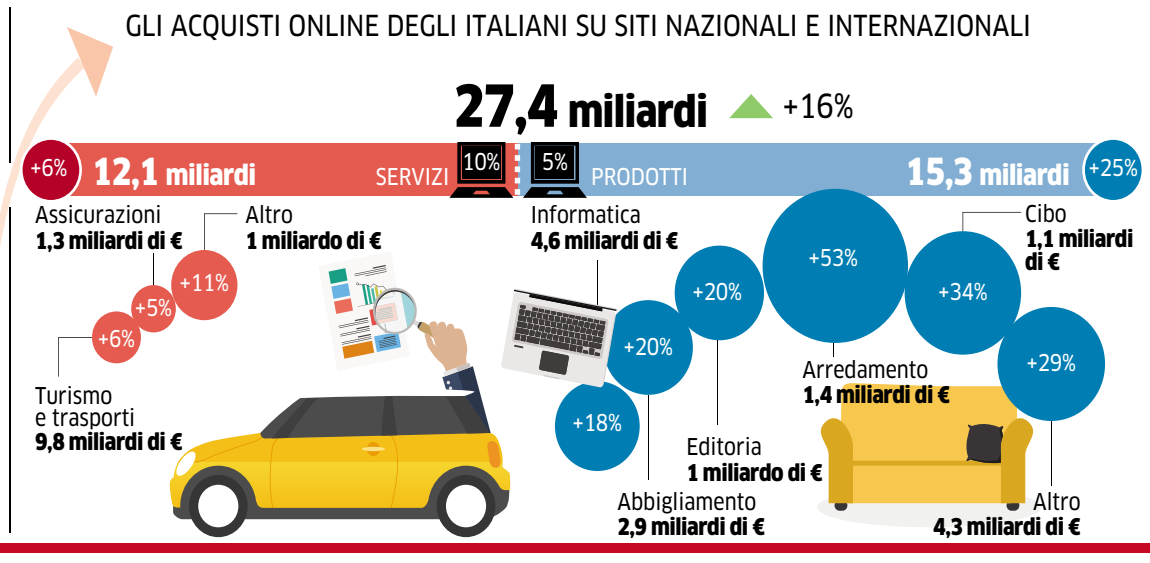
> Il settore nel 2019 delle vendite online è cresciuto ancora del 18% ma resta lontano dall'Europa

L'INNOVAZIONE
AL SERVIZIO DEL CLIENTE

Oggi questa rete, dai 600 del primo anno, conta quasi 3mila punti di ritiro, sono 85 solo in provincia di Bergamo ed è estesa a coprire con lo stesso servizio 107 province italiane. Da un fatturato iniziale 2015 di 250mila euro, il giro d'affari di FermoPoint è salito a oltre 1 milione di euro del 2018 con una crescita dei ritiri gestiti direttamente dai 900 agli attuali 220mila l'anno e che ha portato a 200 accordi di collaborazione con e-commerce leader di settore. «Si tratta di un servizio innovativo di portineria 2.0 molto apprezzato da chi già lo utilizza, e come certificano le recensioni degli oltre 23.000 nostri clienti – spiega Luisi –. La partnership con Amazon rappresenta un nuovo e stimolante motivo di crescita, al fianco dell'azienda che più di ogni altra ha saputo mettere gli utenti al centro del proprio servizio. Una filosofia che sposiamo pienamente, consapevoli che gli e-shopper vogliono sempre più scegliere fra consegna o ritiro, orario di consegna, vogliono monitorare la loro spedizione e vogliono modificare il luogo di consegna anche all'ultimo minuto». E probabilmente la già lunga lista dei possibili servizi logistici dell'e-commerce, con una serie di specificità, non è detto che sia ancora tutta scritta.

AUMENTA IL MERCATO CRESCE IL VALORE DELLE VENDITE ONLINE





VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfU2VzYWFiIyMjZWY1M2JiN2MtMjMzZS00MWVlLTg1NzgtYzcxNzZiYmU4M2IxIyMjMjAxOS0wNS0xNFQxMDoxMTowNiMjI1ZFUg==

Il sito dell'azienda
www.fermopoint.it

Anno di fondazione
FermoPoint nasce nel 2014

Numero di dipendenti e fatturato
9 addetti - 1 milione di ricavi (2018)

Numero clienti e pacchi consegnati
Sono 23mila e 220mila le consegne

Commercio digitale

PIÙ SEMPLICE **RITIRARE** GLI **ACQUISTI** FATTI ONLINE SECONDO COSTI E TEMPI SCELTI DIRETTAMENTE DAL **CLIENTE** IN FUNZIONE DELLE PROPRIE **ESIGENZE**

AUMENTA LA **VELOCITÀ** DI CONSEGNA E SI È MESSO A PUNTO UN NUOVO **SISTEMA** E **SOLUZIONI** DI RITIRO CHE CONSENTE DI **GOVERNARE** DIRETTAMENTE LA CONSEGNA

ECCO COME FUNZIONA I 7 PASSAGGI DELLA CONSEGNA

1 - L'ACQUISTO ONLINE

Il consumatore procede ad acquistare online un qualsiasi prodotto da una delle aziende iscritte al portale di Amazon per mettere in vetrina i propri prodotti.
I dati indicano che gli acquisti online avvengono per l'85% da smartphone.

2 - PAGAMENTO INNOVATIVO

Il pagamento dell'acquisto fatto avviene attraverso i nuovi sistemi digitali da mobile e contemporaneamente viene chiesto all'utente di scegliere il Punto convenzionato del network in cui consegnare il prodotto acquistato.
Oggi solo il 14,7% ha una portineria, il 35,3% lo può fare in ufficio. In totale Il 60% ha un punto presidiato. Ad oggi il valore medio degli acquisti è di 172 euro.

3 - I TEMPI E LA CONSEGNA

Nella procedura online viene chiesto di scegliere il termine (data e ora) entro cui dovrà essere consegnato il prodotto al Punto selezionato.
La consegna avviene con il canale di spedizione di Amazon. Ma tempi e costi non fanno più la differenza nella scelta dell'e-commerce. Sono la tipologia dei servizi di logistica a determinare competitività e fidelizzazione del cliente e-shopper.

4 - L'AVVISO DI CONSEGNA

È uno dei servizi fondamentali per meglio coordinare la consegna. Una volta arrivato il pacco al Punto selezionato, l'operatore invia una mail (51,3%) o un Sms (20%) o una notifica via App (27%) all'utente per avvisare dell'arrivo e della disponibilità al ritiro del suo prodotto.

5 - LA NOTIFICA E IL CODICE

L'invio della notifica all'utente viene poi accompagnata dall'invio di un codice a barre unico e relativo al singolo pacco: quel codice servirà per il ritiro del pacco. Verrà anche inviata la conferma dell'orario di apertura del Punto di ritiro. L'utilizzo più frequente di questo servizio sui punti ritiro si riscontra fra i 35 e 44 anni di età.

6 - LA VERIFICA

Al momento del ritiro l'operatore del Punto procederà alla scansione del codice unico consegnato dall'utente e ne verifica la corrispondenza con l'ordine digitale ricevuto. A quel avviene la consegna del pacco.

7 - LA DISPONIBILITÀ

Dal giorno della notifica dell'arrivo del pacco al Punto scelto per il ritiro o dalla notifica della sua disponibilità si avranno 14 giorni di tempo per passare dal Punto e ritirare il prodotto acquistato.

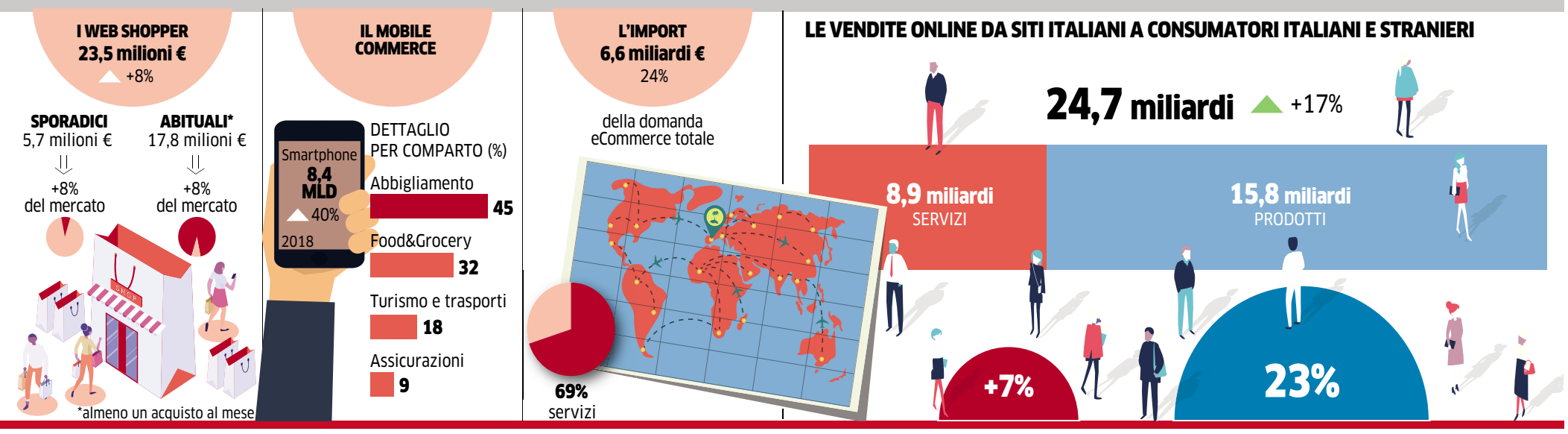
talk

Alberto Luisi
Ceo e Fondatore di FermoPoint

Com'è stata la trattativa con il colosso di Jeff Bezos?
Escludendo la parte legale sulla gestione dei dati sensibili, mi hanno veramente sorpreso per flessibilità, capacità di ascolto, e rapidità di esecuzione. Qualità sorprendenti più tipiche di una startup che di un colosso. Hanno un approccio molto umile, da partner che sprona a fare il meglio possibile tenendo ben presente che per loro il livello massimo di servizio è il punto di partenza minimo.

L'accordo con Amazon quali nuove sfide ora vi apre?
Amazon è il leader mondiale del settore il cui valore è una capacità logistica impressionante per fornire ai clienti servizi di altissimo livello. Essere selezionati come partner per un servizio così strategico ci rende improvvisamente il riferimento del mercato per utilizzatori privati, logistiche, corrieri, altri ecommerce, reti retail, dandoci al contempo credibilità e istituzionalità.

Nel tuo servizio, qual è la difficoltà maggiore?
Far sapere che esisti... che esiste un comodo servizio di portineria 2.0 che ritira i pacchi per te. Il concetto è semplice e risolve problemi logistici oggi il vero freno ad un reale sviluppo in Italia delle vendite online sia lato destinatario sia lato mittente.



VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfU2VzYWFlIyMjZWY1M2JiN2MtMjMzZS00MWVlLTg1NzgtYzcxNzZiYmU4M2IxIyMjMjAxOS0wNS0xNFQxMDoxMTowNiMjI1ZFUg==