

Progettazione logistica ed e-commerce

L'intenzione è quella di sensibilizzare il lettore su due temi che, in fase di progettazione di un'attività imprenditoriale, possono apparire lontani e indipendenti fra loro:

- progettazione del sistema logistico;
- e-commerce.

Essi, invece, devono essere sviluppati contemporaneamente se non si vuole inficiare la buona riuscita dell'attività di commercio virtuale.

La logistica può apparire per lo più legata alla gestione fisica dei processi aziendali - si pensi alla gestione delle strutture, all'organizzazione dei flussi dei materiali, agli imballi o alle grandezze fisiche quali potenzialità, capacità, tempi, spazi e volumi -, mentre l'e-commerce è principalmente sinonimo di flussi di informazioni che l'azienda e il cliente finale /consumatore possono scambiarsi in *real time*.

A questo proposito si riportano le definizioni di:

- 1) logistica: “*Quel il processo di pianificazione, implementazione e controllo dell'efficiente ed efficace flusso e stoccaggio di materie prime, semilavorati e prodotti finiti e delle relative informazioni dal punto di origine al punto di consumo con lo scopo di soddisfare le esigenze dei clienti*” (Council of Logistics Management);

- 2) e-commerce “*la gestione di attività di business che conducono allo scambio di valore attraverso le reti telematiche*” (EITO, 1997).

Già dalla definizione di logistica si comprende come flussi fisici e informativi debbano sempre e comunque essere pensati e gestiti simultaneamente.

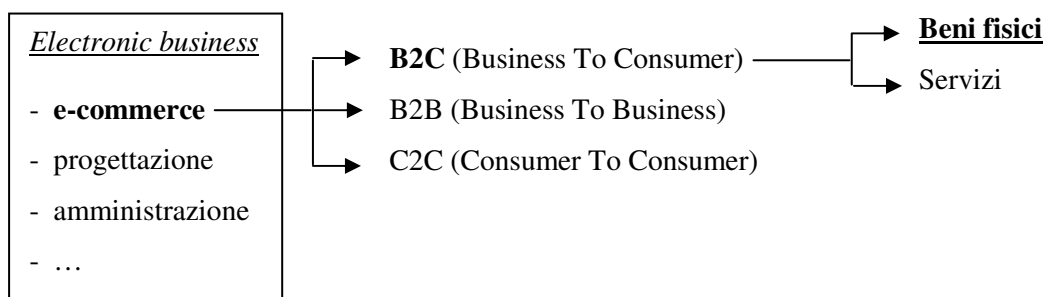
Quindi, se si ha intenzione di intraprendere un'attività di e-commerce o comunque di affiancarla ad una attività commerciale tradizionale, si devono distinguere i flussi fisici dai flussi informativi, ma tali flussi non devono essere "allontanati" a tal punto da perderne la visione d'insieme.

E-commerce, connessione globale, immaterialità, condivisione immediata di informazioni (prezzo, gamma di prodotti, benchmark fra concorrenti, etc) devono essere supportati da una capacità gestionale, prima, e da una capacità di consegna, poi, che siano in grado di sopportare l'aumento non solo in termini di volume ma, anche di gamma derivanti da un'attività di commercio elettronico.

Infatti la differenziazione e la personalizzazione sempre più spinta dei prodotti ha modificato anche il modo di effettuare i trasporti e le consegne: si è passati da grandi carichi (gamma ridotta) con poche destinazioni ad una situazione opposta di consegne singole con prodotti sempre diversi (personalizzazione one-to-one).

La *business idea* deve essere quindi:

- sviluppata con l'aiuto di strategie di marketing in grado di intuire, possibilmente in anticipo, i bisogni (espresi ed inespressi) dei consumatori e stabilire rinnovati rapporti di fiducia (*Customer Relationship Management*);
- per quanto sopra detto, affiancarla ad una corretta e precisa progettazione delle *operations*.



Importanza della progettazione del sistema logistico

È chiaro che, per rispondere più rapidamente alle mutevoli esigenze della clientela, bisogna sfruttare le innovazioni tecnologiche.

Tuttavia l'immediatezza di scelta e di acquisto che caratterizzano l'e-commerce devono essere corrisposti da altrettanta rapidità di consegna.

È ormai indispensabile progettare reti di aziende che, grazie alla condivisione di standards tecnologici, siano in egual modo rapide nel seguire questa continua e vorticosa dinamicità.

Il che porta ad una revisione di tutti i processi di progettazione del prodotto, produzione a seguito dell'ordine cliente (*Make To Order*), imballo (monoprodotto) e consegna finale (*door to door*).

A conclusione, una considerazione per non incorrere in un paradosso:

l'e-commerce ha come fine ultimo l'incremento dei volumi di vendita; a questa crescita corrisponde un innalzamento dei costi logistici (se non si provvede alla riprogettazione del sistema logistico) con conseguente riduzione del margine unitario !

Per questo, almeno nel breve periodo, può risultare indispensabile rivolgersi a consulenti esterni che siano in grado di accompagnare la *business idea* nel suo percorso evolutivo oppure affidarsi ad un processo di terziarizzazione (*outsourcing*).