



# Il nuovo pacchetto di prestazioni per il commercio online

Dieter Bambauer, responsabile PostLogistics  
Conferenza stampa  
Berna, 10 giugno 2013

**LA POSTA** 

# Mercato e sviluppi

## Commercio a distanza / e-commerce

### Commercio a distanza

**Vendita per corrispondenza**



**Mailing**

**Cataloghi**

**E-commerce**



**Commercio online**

**Commercio mobile**

**Social commerce**

**Teleshopping**



**TV**

**Vendita diretta**



**Porta a porta**

**Fiere**

# Comportamento dei consumatori

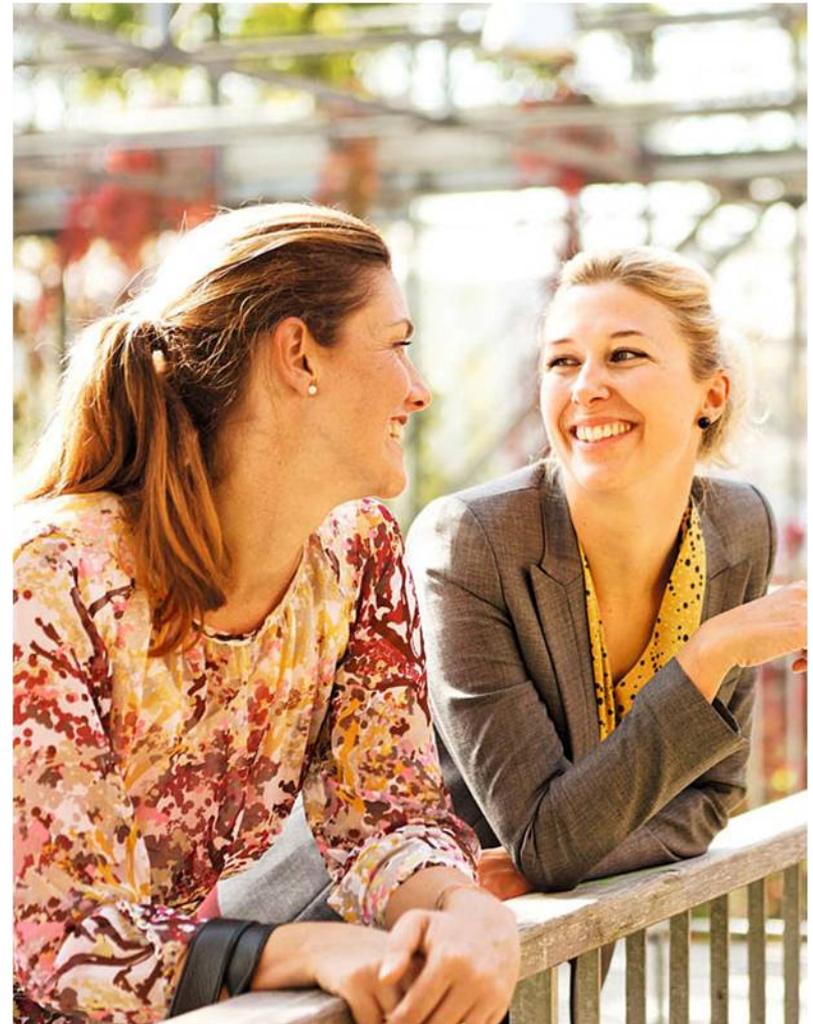
## Spostamento verso la vendita per corrispondenza / l'e-commerce

Volume di mercato del commercio online e per corrispondenza nel 2012: CHF 5,7 mld (6% del volume del commercio al dettaglio)

Crescita del commercio al dettaglio nel periodo 2008-2012: in media 1,4% all'anno  
Crescita della vendita per corrispondenza nel periodo 2008-2012:  
in media 5,1% all'anno (crescita nel 2012 = 7,5%)

I commercianti online conseguono il 60% di tutte le ordinazioni tramite internet o telefoni cellulari.

Fonte: Verband des Schweizerischen Versandhandels (VSV) 2012



# Sviluppo del mercato

## Struttura del mercato e concorrenza

- Previsione: nel 2020 il **40% di tutti i prodotti non food** verranno commercializzati tramite il canale della vendita per corrispondenza.
- Le **esigenze dei clienti** sono in costante **mutamento**.
- Il commercio transfrontaliero è in aumento.
- Nel settore logistico, la vendita per corrispondenza è considerata il **mercato in crescita n. 1**.
- Le grandi aziende di vendita per corrispondenza investono **nella propria logistica**.

# Sviluppo del mercato

## Questioni e sfide fondamentali per la Posta

- Come possiamo motivare i **mittenti** ad affidarsi a noi? Come fare perché ci scelgano anche in futuro?
- Come suscitare l'entusiasmo dei **destinatari** in modo che anche in futuro voglia la Posta come partner e scelga il suo commerciante online di conseguenza?
- Come potremo creare anche in futuro dei **vantaggi** per i nostri **partner di mercato**?



Nuove esigenze dei mittenti e dei destinatari: maggiore flessibilità, soluzioni logistiche integrate, efficienza dei costi.

Con il portafoglio di prestazioni YellowCube la Posta può svolgere l'intera logistica per conto delle aziende di vendita per corrispondenza.





Con il recapito serale e il sabato i clienti di e-commerce ricevono i loro invii quando sono a casa.



pick@home consente d'impostare comodamente gli invii di ritorno dell'e-commerce da casa, dal posto di lavoro, ecc.

My Post 24 offre la massima flessibilità per il ricevimento e l'impostazione dei pacchi, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.





Maggiore flessibilità, comodità e soluzioni logistiche integrate per l'e-commerce.

# **orientati alla clientela**

**Grazie per l'attenzione!**