

Professional Link, il Black Friday e le 5 sfide per il settore del retail

All'inizio della settimana del Black Friday, il 68% degli italiani è pronto ad acquistare prodotti scontati¹. Ma le imprese di retail sono pronte a sopportare la pressione?

Milano, 20 Novembre 2023 - Secondo le [stime più attuali](#), nella settimana del Black Friday il **68% degli italiani** è pronto ad acquistare prodotti scontati (+ 3% rispetto al 2022). Ma le imprese del retail sono pronte a sopportare la pressione?

Connessioni e servizi di telecomunicazioni sono fondamentali per far fronte ad un periodo in cui i sistemi informativi del settore sono particolarmente sollecitati. Come garantire la migliore customer selling experience, online ma anche nei negozi e on-the-go; quali sono i punti dolenti e come trasformarli in punti di forza?

Professional Link, operatore italiano di telecomunicazioni e servizi gestiti, evidenzia i 5 punti principali su cui concentrare l'attenzione:

1. **Connettività.** È necessario che i servizi di rete e digital dei negozi siano disponibili al 100% durante l'operatività quotidiana, grazie a soluzioni di connettività ad elevata resilienza e risposta al guasto, anche a mezzo di SIM single-network o multi-network per il backup dei circuiti, con adeguato provisioning e gestione della WAN, che estendono i data services del negozio al mondo esterno, collegandolo agli HQ/DC dei clienti, a Internet pubblico e ai fornitori di servizi cloud anche all'estero, con larghezza di banda fino a 2,5 Gbps su xDSL, FTTx e fibra dedicata. Eventualmente da valutare la configurazione, la gestione e il monitoraggio di switch LAN e punti di accesso Wi-Fi, per garantire la migliore esperienza di vendita e pagamento.
2. **Sicurezza delle transazioni e privacy.** Le previsioni degli esperti di cybersecurity per il periodo del Black Friday sono drammatiche: si parla di un [possibile aumento del 400% di azioni malevole](#). Una falla nella sicurezza online potrebbe ritorcersi pesantemente sulla reputazione dei brand, danneggiandola ben oltre il periodo del Black Friday: la possibilità di frodi, hacking e furto di dati personali o finanziari può scoraggiare gli utenti dal fare acquisti online, o dal fornire i propri dati per finalità di marketing nel punto vendita. Le aziende devono investire in misure di Security Management, implementando servizi di sicurezza avanzati e personalizzati a partire dalla prevenzione, che deve necessariamente includere una strategia di Data Backup, Storage, File storage e Disaster Recovery in Cloud. Sarà inoltre necessario garantire una gestione delle informazioni dei clienti in modo etico e trasparente, rispettando le normative sulla privacy e fornendo chiare politiche in merito.
3. **Consegna e logistica, resi e assistenza clienti.** La logistica è una componente critica dell'e-commerce. Ritardi nelle consegne, errori di spedizione e danni ai prodotti durante il trasporto possono influire negativamente sull'esperienza del cliente. Le aziende di retail devono sviluppare efficienti sistemi di gestione degli ordini, potendo contare su una efficace gestione di connessioni LAN/WLAN e Servizi VoIP costruiti su un'architettura PBX Cloud ridondante disponibile al 99,999%, che copra in caso di necessità diversi paesi. Allo stesso modo, la gestione dei resi e la fornitura di un efficiente servizio di assistenza clienti sono sfide nel commercio elettronico. I consumatori cercano sempre più politiche di reso flessibili e tempi di risposta rapidi in caso di problemi o domande.

¹ Stime Idealo – [Trend Black Friday 2023](#)

4. **Concorrenza e saturazione del mercato.** L'aumento della concorrenza online può rendere difficile per le nuove imprese emergere e per quelle esistenti mantenere quote di mercato. La saturazione in determinati settori può portare a una guerra dei prezzi e a margini ridotti per i venditori. Inoltre, recensioni false, truffe online e la mancanza di contatto con il brand possono influire sulla fiducia dei consumatori nell'acquistare online. Ecco perché la fiducia che si genera da una corretta gestione degli ordini è un elemento critico nel commercio elettronico.
5. **Assistenza sempre disponibile.** Un sovraccarico improvviso dei sistemi, una necessità estemporanea di potenziamento della rete, un cambio di offerta in corsa: per essere pronti ad interfacciarsi e ad interagire con il proprio pubblico nel migliore dei modi, soprattutto in un periodo di alta pressione come quello del Black Friday, è necessario poter contare su un partner tecnologico competente, capace di ascoltare le esigenze e flessibile nel risolvere le criticità.

“La vera sfida dell’e-commerce è oggi la customer experience, che necessita certamente di competenze di marketing specifiche, ma che non può prescindere da una tecnologia abilitante senza soluzioni di continuità e impercettibile a clienti ed operatori, che non devono preoccuparsi di questo aspetto ma concentrarsi sul loro core-business, la vendita”, afferma Andrea Ferlin, CEO di Professional Link.

Conoscendo bene le sfide del mondo retail, Professional Link ha progettato Shop in A Bag, un ecosistema di servizi specifici per il settore che cooperano tra loro in maniera flessibile e personalizzabile per garantire la piena operatività ai punti di vendita online e fisici, indipendentemente dalla loro localizzazione.

Professional Link (PLINK) è un operatore di telecomunicazioni italiano che opera da 25 anni nel mercato B2B, titolare di licenza nazionale per fornitura del servizio telefonico e di servizi di comunicazione dati e cloud. Possiede un’infrastruttura distribuita su diversi nodi sul territorio nazionale ed estero; i servizi di telecomunicazione dati e fonia e la propria piattaforma cloud sono installati presso i più avanzati data center in area milanese: Caldera21, Equinix, Milan Internet Exchange (MIX). PLINK offre oggi i propri servizi a oltre 1400 clienti, vanta una rete di circa 30 business partner, tra cui Microsoft e VMware, Veeam, Dell e ha ottenuto la certificazione Advanced Certified di 3CX, di cui è platinum partner.

Nata per iniziativa di Andrea Ferlin, imprenditore convinto sostenitore della sostenibilità sociale e del valore della persona oltre la digitalizzazione quali fattori per trasformare la complessità tecnologica in semplicità, oggi PLINK può contare su un team di 40 persone.

Per ulteriori informazioni si prega di contattare l’Ufficio Stampa di Professional Link

Daniela Sarti

daniela@colopartners.com

Tel. 335 459432