**Comunicato stampa**

**Report iF Returns.**

**Digitalizzazione e trasparenza come chiavi di volta per limitare i resi**

**in ambito fashion**

* *Le principali cause di reso: problemi di taglia (79% dei casi), non gradimento del prodotto (18%), difetti (2%) e tempi di consegna (1%);*
* *La digitalizzazione può ridurre dell'83% le richieste di customer service relative ai resi;*
* *Una logistica più semplice aumenta il gradimento nei confronti di un brand.*

*Milano, 21 maggio 2024* – Con la rapida e continua evoluzione dell’e-commerce, il tema dei resi dei prodotti acquistati è diventato un aspetto sempre più significativo e complesso da gestire per i merchant – in base alle proiezioni di Euromonitor International si ipotizza un aumento del 20% dei tassi di reso nei prossimi due anni. Questo fenomeno non solo influenza direttamente le operazioni quotidiane degli e-shop, ma ha anche importanti ripercussioni economiche che si estendono a tutta la filiera del commercio digitale. In questo scenario, [iF Returns](https://en.ifreturns.com/) – **piattaforma SaaS che aiuta i merchant a ridurre i rimborsi degli acquisti online trasformandoli in cambi e nuove vendite** – presenta il suo nuovo *Refund Reduction Strategies Report* che analizza le ragioni che si nascondono dietro ai resi nel settore fashion per individuare le strategie adeguate per limitarli e diminuire le perdite economiche dei brand.

**Taglia sbagliata e non gradimento: le principali cause dei resi *fashion***

Il tasso di reso per acquisti e-commerce è direttamente proporzionale alla maturità del mercato stesso: basti pensare che in Paesi in cui lo shopping online è un’abitudine già molto radicata, come in Germania, si registrano tassi di reso che sfiorano il 60%. L’Italia, invece, si attesta al momento attorno al 20%, ma è prevista una crescita nei prossimi anni, rendendo necessarie misure proattive e preventive. **Ma per quali motivi gli appassionati di acquisti in rete effettuano resi?** In base al Report di iF Returns, la causa prima è legata a problemi di taglia (79%). Ma non solo, quasi 1 italiano su 5 (18%) restituisce perché non gradisce quanto ricevuto (18%). Infine, benché in percentuali molto contenute, si segnalano resi dovuti a difetti (2%) e a consegne fuori tempo (1%).

Approfondendo la causa principale, relativa alla taglia, nel 60% dei casi il problema è effettivamente la misura errata di quanto ordinato, nel 40% delle situazioni si tratta però di ***bracketing***; ovvero della pratica di **comprare a monte più taglie di uno stesso capo per rendere poi quelle inadatte**. In questo caso parte dell’acquisto nasce già come reso, quindi emerge fin da subito la necessità dei merchant di invogliare il cliente a effettuare un nuovo ordine invece di richiedere il rimborso della taglia inadeguata.

**Digitalizzazione e trasparenza: le chiavi di volta per contenere i resi e migliorare la user experience**

In questo contesto, risulta cruciale per i merchant analizzare i trend di mercato e il comportamento d'acquisto degli utenti per essere in grado di prendere decisioni consapevoli e implementare la migliore strategia di riduzione dei rimborsi. Una risposta adeguata può arrivare dalla tecnologia, che attraverso la digitalizzazione della gestione dei resi consente alle aziende di convertire i resi in nuove vendite e investire nella fidelizzazione dei clienti.

Per supportare gli e-shop, il report di iF Returns evidenzia come **l’impiego dell'intelligenza artificiale e dell'analisi predittiva**, tramite l’utilizzo di modelli basati sui dati - **migliorino fino al 30-40% l'accuratezza della previsione dei resi.** Basti pensare che in Italia, circa il 35% di richieste al customer service in relazione a un reso sono relative allo status del reso o rimborso, e circa il 60% a problemi con la creazione dell’etichetta di reso. Digitalizzazione e trasparenza sono la chiave per ridurre dell'83% le richieste di customer service sui resi.

Mentre lato consumatori, una logistica più semplice per i resi accresce il loro gradimento nei confronti di un determinato brand (fino all’82%). Inoltre, i clienti che hanno la possibilità di optare con semplicità per un cambio prodotto invece di un reso, segnalano un livello di customer satisfaction mediamente più alto rispetto ad altri metodi di rimborso (86%).

**Quali strategie adottare**

È importante che la user experience, quando si fanno compere online, sia il più chiara e semplice possibile, per invogliare il cliente a “tornare” a fare acquisti in futuro. Per questa ragione, **iF Returns condivide strategie tecnologiche** quali l’**automazione**, che digitalizza l’intero viaggio del prodotto fino al magazzino, rendendo il reso più trasparente e meno problematico per le persone. Non solo, anche la **revenue retention** – ovvero il suggerimento al consumatore di varianti di prodotto per sostituire e non rendere l’acquisto – concorre nell’ottimizzazione dei business; e l’**upselling**, quella funzionalità che consente di evidenziare nuovi prodotti, opzioni, gift card durante il processo di reso per ipotizzare una conversione.

Nello specifico, una gestione efficiente dei resi, eseguibile in pochi clic, si muove di pari passo con un puntuale controllo delle scorte e con monitoraggi in tempo reale. Investire nell’automazione dei processi è sempre più urgente e necessario, in quanto riduce i costi del servizio clienti e contribuisce sia a migliorare l'esperienza di acquisto o di reso, sia ad avere maggior controllo e visibilità sui processi stessi.

Oltre alla gestione smart ed efficiente dei resi, è fondamentale anche che i brand incoraggino il cambio prodotto e cross-sell in quanto tale approccio si traduce in fidelizzazione dell’utente, perché le persone proseguono nello stesso canale di marketing dell’e-shop, e perché ciò genera profitto per i negozi online.

***“****Nello scenario contemporaneo della logistica dei resi, gli e-commerce sono chiamati a valutare un cambio di paradigma al fine di ottimizzare le proprie strategie di business e al tempo stesso soddisfare le richieste degli utenti, sempre più alla ricerca di modalità semplici e intuitive,”* spiega **Marcello S. Valerio,** **Co-Founder di iF Returns.** “*Risulta fondamentale pensare all’integrazione di tool tecnologici e all’impiego dell’intelligenza artificiale in questo cambio di passo in quanto, nel momento in cui la digitalizzazione e le operazioni chiave vengono automatizzate e tracciate è possibile garantire una buona esperienza di reso. Tale approccio si traduce in una maggior frequenza di acquisto e può trasformarsi in un aspetto differenziale per i brand,”* conclude**S. Valerio.**

**iF Returns**

iF Returns è il principale software di gestione dei cambi e dei resi (RMS) per l'e-commerce in Europa. Si tratta di una piattaforma che automatizza e semplifica il contatto con il cliente durante l'intero processo post-vendita, riducendo i rimborsi e favorendo cambi o store credit. In questo modo, iF Returns trasforma più del 40% dei prodotti restituiti in cambi con un altro prodotto e genera da essi il 15% delle nuove vendite. Inoltre, grazie agli oltre 200.000 punti di consegna e all’utilizzo dell’Intelligenza Artificiale, la piattaforma consente una gestione completa di tutta la logistica inversa, riducendone i costi del 40%. Già attivo in più di 450 negozi di e-commerce in tutta Europa, iF Returns può essere implementato in modo completamente personalizzato in qualsiasi negozio online, ed è compatibile con le principali piattaforme di shopping (come Shopify, WooCommerce, WordPress o PrestaShop).

Per saperne di più: <https://it.ifreturns.com/>

**Per maggiori informazioni:**

**Hotwire Public Relations Italy**

**Tel:** +39 348 536 9496

**E-mail:** iFreturnsIT@hotwireglobal.com