



UPS EUROPA
CASE STUDY: CHIE MIHARA

Ampliamento dell'e-commerce

come un marchio di calzature spagnolo si è lanciato con successo nell'e-commerce globale con l'aiuto di UPS





Nei primi anni 2000, mentre Carrie Bradshaw in *Sex and the City* gridava al mondo la sua passione per le scarpe, la stilista nippo-brasiliana Chie Mihara fondava il brand di calzature che porta il suo nome. Insieme a suo marito, avviò la sua attività a Elda, vicino Alicante, nel cuore dell'industria calzaturiera spagnola. Da allora, i modelli creati da Chie, con il loro mix unico di audacia e femminilità, sono arrivati negli armadi delle amanti delle scarpe della Spagna e di tutto il mondo.

Nei primi tempi, i modelli Chie Mihara venivano venduti principalmente a grandi magazzini e boutique indipendenti in tutto il mondo. Intorno al 2006, l'azienda decise di esplorare l'e-commerce B2C per raggiungere nuovi clienti, non solo in Spagna ma in tutto il mondo.

Ed essendo stata tra le prime ad adottare la strategia online direct-to-consumer, ebbe l'opportunità di sperimentare e scoprire le soluzioni più adeguate.

Un aspetto chiave della creazione del negozio online era la scelta di un partner di spedizione rapido e affidabile che supportasse le sue operazioni, tenendo sempre in considerazione le esigenze dei clienti. Chie Mihara decise di collaborare con il vettore logistico globale UPS, scelto per le opzioni di servizio in grado di consegnare gli ordini in modo rapido e aiutarla a realizzare le sue ambizioni di espansione internazionale.

Questa è la storia di come un marchio di scarpe di design nato in Spagna è diventato una storia di successo globale.

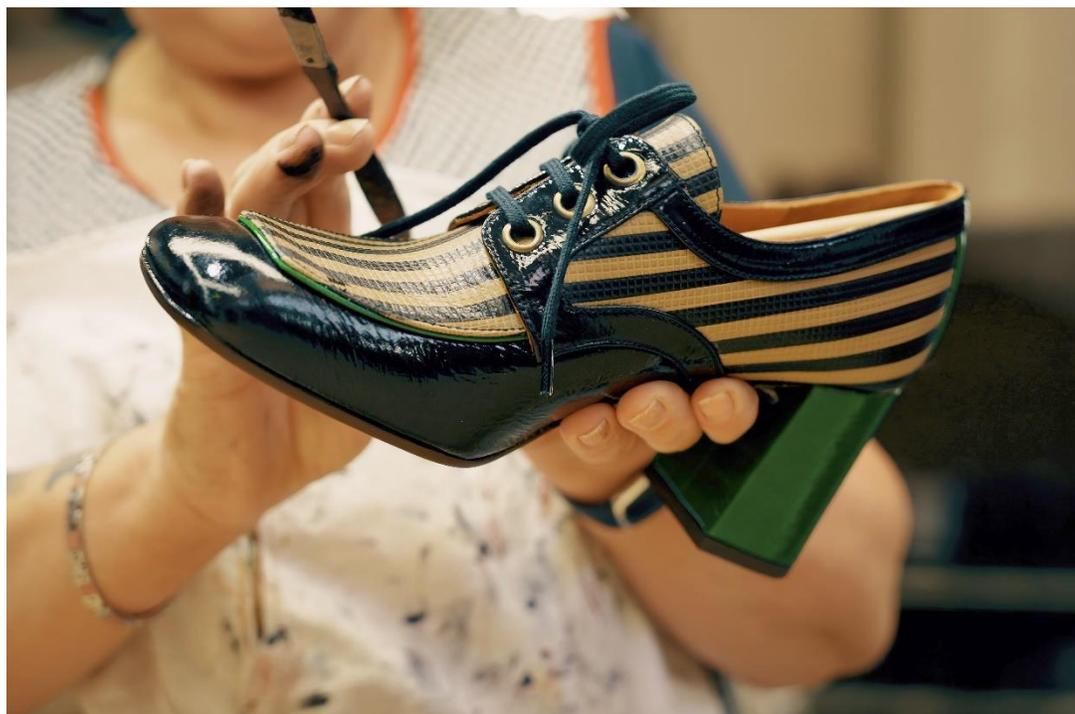
La passione per le scarpe, consegnata a domicilio

A sedici anni di distanza dai primi passi di Chie Mihara nella vendita di abbigliamento online B2C, il settore resta uno dei più dinamici dell'e-commerce. Dopo il boom legato alla pandemia di coronavirus, un recente sondaggio ha rivelato che il 50% delle donne prevede di continuare ad acquistare scarpe online. Tuttavia, quando si tratta di scarpe, vendere online non è sempre facile e le richieste dei consumatori sono elevate.

"Vendere calzature online è un'operazione complicata", afferma María Elías, Business Development Manager di Chie Mihara. **"Non solo a causa delle misure, ma anche delle preferenze personali e dell'urgenza. Solitamente, quando si pensa a un outfit, le scarpe sono l'ultima cosa che si acquista, quindi i clienti hanno bisogno di una consegna rapida. A volte, i clienti non possono recarsi in un negozio tradizionale per acquistare un altro paio di scarpe".**

Essendo un marchio di calzature premium, Chie Mihara sapeva che, per assicurare il successo del suo piano di crescita e-commerce, era fondamentale fornire ai propri clienti opzioni di consegna internazionale più rapide. Oggi, il 90% delle vendite proviene dal canale online B2C, che dà ai clienti la possibilità di scegliere fra le diverse velocità di consegna offerte da UPS.

"Quando abbiamo iniziato a vendere online, spedivamo solo in Spagna. Ma presto ci siamo resi conto che anche i nostri clienti internazionali volevano approfittare della comodità di farsi consegnare le scarpe direttamente a casa. UPS ci ha consentito di effettuare spedizioni internazionali a pochi mesi dalla creazione del nostro negozio online", ricorda María Elías, Business Development Manager.



¹ FDA, 2022

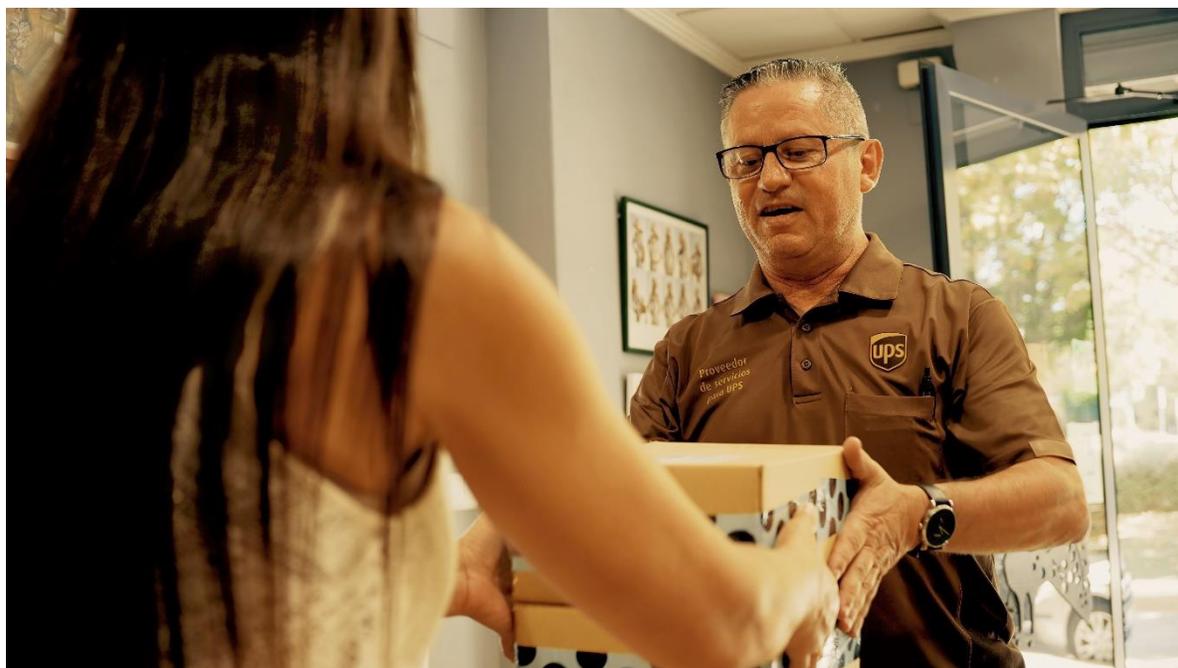
Visibilità, dalla fabbrica all'armadio

Le scarpe Chie Mihara sono disegnate e prodotte nel cuore dell'industria calzaturiera spagnola, a Elda, vicino Alicante, ed esportate direttamente dalla sede centrale al resto del mondo. L'azienda aveva la necessità di gestire in modo efficace le operazioni nella loro interezza, dallo stabilimento di produzione al consumatore. Per far sì che le scarpe raggiungessero rapidamente i clienti, era essenziale una soluzione efficiente, veloce e di facile utilizzo.

"UPS ci ha affiancati fin dall'inizio ed è stata in grado di fornirci strumenti di business efficaci che ci consentono di raggiungere i nostri clienti in tutto il mondo", dice María Elías, Business Development Manager.

L'uso dell'API (Application Programming Interface) Shipping, uno strumento online personalizzabile che consente ai mittenti di integrare le opzioni di spedizione con le proprie applicazioni interne, aiuta Chie Mihara a ottimizzare i propri sistemi e migliorare i processi e-commerce. Questo strumento permette infatti di creare etichette ed elaborare gli ordini nello stesso giorno, garantendo che i clienti ricevano le scarpe in tempo.

Un altro importante strumento implementato nel flusso di consegna è l'API UPS Quantum View. Questa soluzione online fornisce a Chie Mihara informazioni sulla spedizione, aggiornamenti di stato e avvisi su eventi specifici sia per le spedizioni in entrata che per quelle in uscita. Questa maggiore visibilità ha consentito all'azienda di monitorare i pacchi internazionali dalla Spagna al resto del mondo e, di riflesso, di mantenere i clienti e i team al corrente degli sviluppi e far crescere la loro attività su mercati internazionali come USA, Canada e Giappone.



Maggiore soddisfazione dei clienti

Stando ad alcune ricerche, il 62% dei clienti online desidera essere aggiornato sullo stato della spedizione via e-mail. Grazie a UPS, Chie Mihara è in grado di tenere i propri clienti aggiornati sul percorso dei pacchi, offrendo anche notifiche automatiche il giorno prima della consegna.

In questo modo, le scarpe Chie Mihara, o le *chie*, come sono affettuosamente chiamate, possono essere seguite dal momento in cui escono dal magazzino. Questo non solo riduce i reclami e le richieste dei clienti sullo stato dell'ordine, ma offre anche a questi ultimi diverse opzioni per gestire la consegna dell'ultimo miglio.

"Siamo certi che UPS consegnerà le nostre *chie* con cura e puntualità. Siamo anzi molto soddisfatti dell'affidabilità e della puntualità delle consegne di UPS. Questo ci aiuta a guadagnare fiducia e coinvolgimento da parte dei nostri clienti e ci permette di far crescere la nostra attività oltre confine", dichiara María Elías, Business Development Manager.

I destinatari ricevono un'e-mail il giorno prima della consegna, in cui è indicata una finestra oraria per il passaggio del corriere. Per maggiore comodità, i clienti hanno la possibilità di modificare la data o la località di consegna del pacco, se necessario. Possono scegliere di reindirizzare il pacco presso la sede UPS Access Point più vicina (un'alternativa flessibile e sicura alla consegna a domicilio, con oltre 45.000 sedi in tutto il mondo), oppure indicare un orario più comodo per la consegna.

² Studio UPS Pulse of the Online Shopper, 2019





Chie Mihara si sta inoltre impegnando per semplificare il processo di reso transfrontaliero, integrando UPS Paperless Invoice nel processo di spedizione: questo contribuirà a rendere le procedure di sdoganamento più rapide ed efficienti per i clienti al di fuori dell'Unione Europea.

"I nostri clienti devono ricevere rapidamente le loro scarpe e, per la maggior parte dei nostri ordini, UPS può consegnare in 1-2 giorni lavorativi. Abbiamo subito notato un aumento di feedback positivi, dalle consegne ai resi, e questo aspetto ha fatto la differenza con i nostri clienti".

"Con la crescita della domanda dei nostri prodotti, stiamo pianificando di aumentare il numero di Paesi serviti, perché siamo convinti che in ogni parte del mondo vi sia una donna appassionata, creativa e davvero unica – troppo unica per quello che offre il mercato in questo momento – che sta cercando Chie Mihara. E noi dobbiamo solo trovarla", conclude María Elías, Business Development Manager.

