DIGITAL BUSINESS
CONFERENCE

E-COMMERCE

DESAFIOS NO LAST MILE E NO CROSSBORDER

23 MAIO 2017

FRANCISCO SIMÃO

DIGITAL BUSINESS
CONFERENCE

I OS CTT E O E-COMMERCE NO NOSSO CONTEXTO ESTRATÉGICO

II TENDÊNCIAS GLOBAIS NO E-COMMERCE E IMPACTO NO LAST MILE

III INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT

I. OS CTT E O E-COMMERCE | Os CTT são atualmente um moderno e dinâmico operador postal com um diversificado portefólio de soluções empresariais

ctt

CORREIO & OUTROS

72% | 70%

CORREIO

Transacional | Editorial | Publicitário

Filatelia

SOLUÇÕES EMPRESARIAIS

Impressão & Envelopagem

Arquivo e gestão documental

SERVIÇOS DE RETALHO

Outsourcing

Espaço Cidadão

SERVIÇOS FINANCEIROS

10% | 27%

POUPANÇAS & SEGUROS

CRÉDITO

PAGAMENTOS

TRANSFERÊNCIAS

payshop

(pagamentos em dinheiro através de uma plataforma eletrónica, p.e. carregamento de telemóveis)

BANCO CTT

CONTAS À ORDEM

CONTAS POUPANÇA

CRÉDITO HABITAÇÃO

CARTÕES DÉBITO & CRÉDITO

DESCOBERTOS AUTORIZADOS

bancoctt

EXPRESSO & ENCOMENDAS

18% | 3%

ctt expresso

PORTUGAL

TOURLINE EXPRESS

ESPANHA

Correio Expresso de Moçambique

Corre

MOÇAMBIQUE

% *% 2016 Receitas recorrentes (695 M€)*

% *% 2016 EBITDA recorrente (119 M€)*

I. OS CTT E O E-COMMERCE | Os CTT têm uma estratégia bem definida alavancada nos seus principais ativos com iniciativas chave identificadas em cada área de negócio

CORREIO

Preservar o valor do negócio correio

EXPRESSO & ENCOMENDAS

Capturar o crescimento das encomendas

I. **UPGRADE DA OFERTA**

II. **INICIATIVAS DE E-COMMERCE**

III. **MONITORIZAÇÃODE OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO** (P.EX. EXPANSÃO NA CADEIA DE VALOR DE LOGÍSTICA E CARGA)

IV. **ESPANHA: RESTRUTURAÇÃO E REFORÇO DO POSICIONAMENTO IBÉRICO**

BANCO CTT & SERVIÇOS FINANCEIROS

Garantir o sucesso do Banco CTT
e expandir os serviços financeiros não bancários

EXCELÊNCIA COMERCIAL

Abordagem comercial integrada e centrada no cliente para identificar e ir de encontro às suas necessidades e preferências

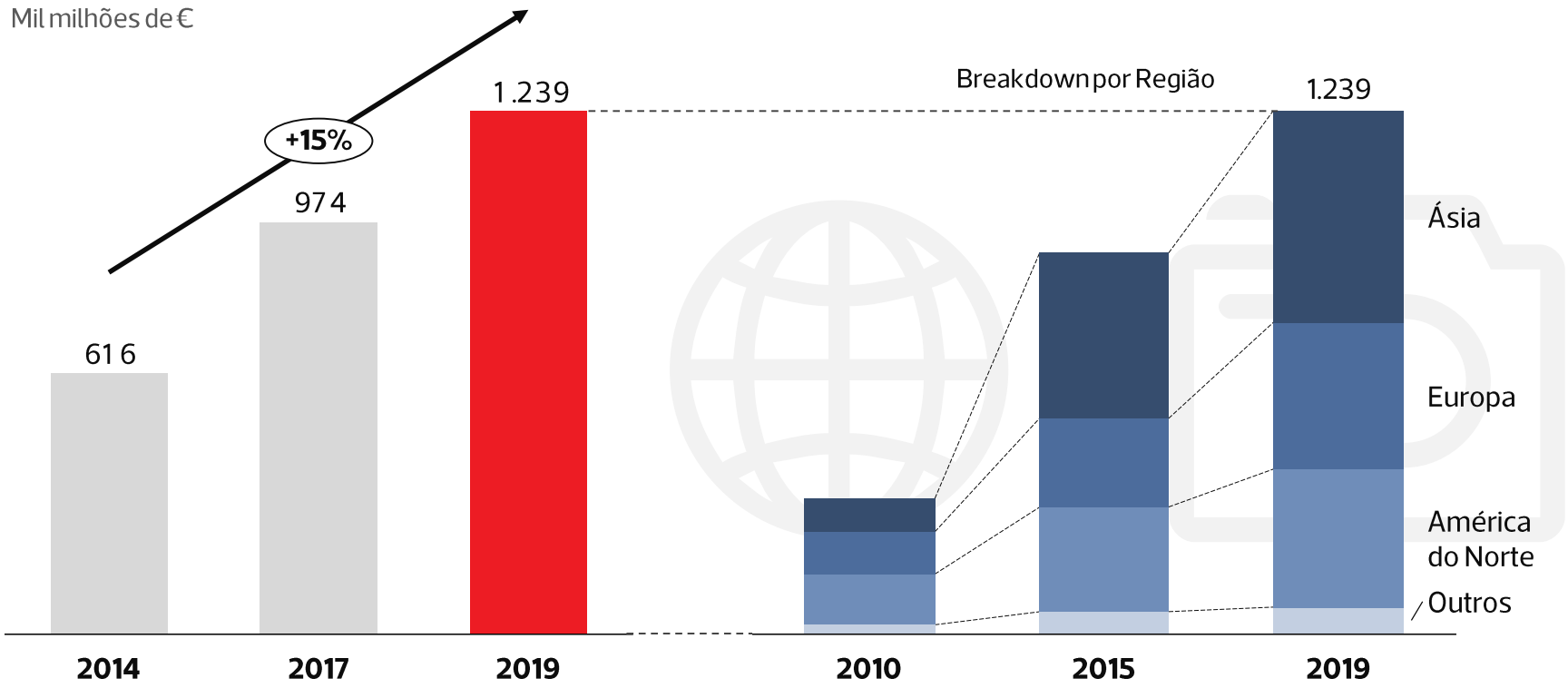
EFICIÊNCIA OPERACIONAL

Melhoria contínua de processos e operações, promovendo a rentabilidade dos CTT

SOLIDEZ FINANCEIRA » **PROXIMIDADE (REDE & MARCA)** » **TRANSFORMAÇÃO CULTURAL** » **IT & DIGITAL** » **INOVAÇÃO**

II. TENDÊNCIAS GLOBAIS E IMPACTO NO LAST MILE | Rápido crescimento do E-Commerce mundial, principalmente impulsionado pelo mercado da ásia

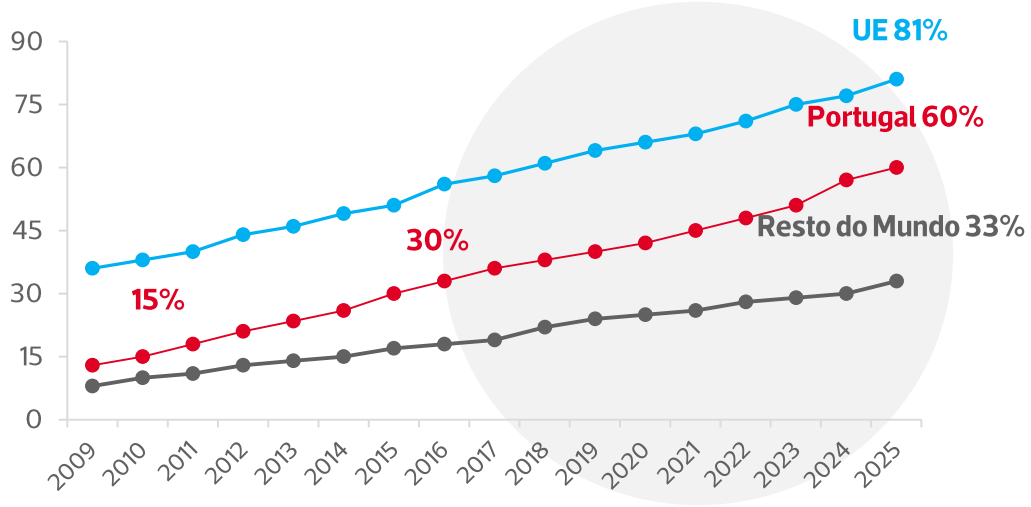
VENDAS GLOBAIS EM CANAIS DE RETALHO ONLINE



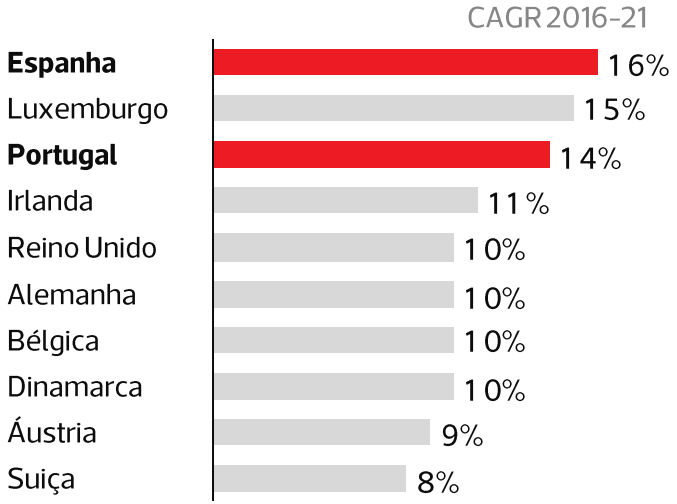
Fonte: IPC, GPIR 2015; IPC, GPIR 2016

II. TENDÊNCIAS GLOBAIS E IMPACTO NO LAST MILE | Também em Portugal se espera um forte crescimento do E-Commerce nos próximos anos

% E-BUYERS EM PORTUGAL, UE E RESTO DO MUNDO



CRESCIMENTO LAST MILE E-COMMERCE



Principais indicadores do *e-commerce* em Portugal

70%
UTILIZADORES DE INTERNET EM % DA POPULAÇÃO TOTAL

30%
E-BUYERS EM % DA POPULAÇÃO DE PORTUGAL

+80%
E-BUYERS PORTUGUESES QUE FIZERAM COMPRAS CROSS-BORDER

38%
% DE EMPRESAS COM PRESENÇA *ONLINE*

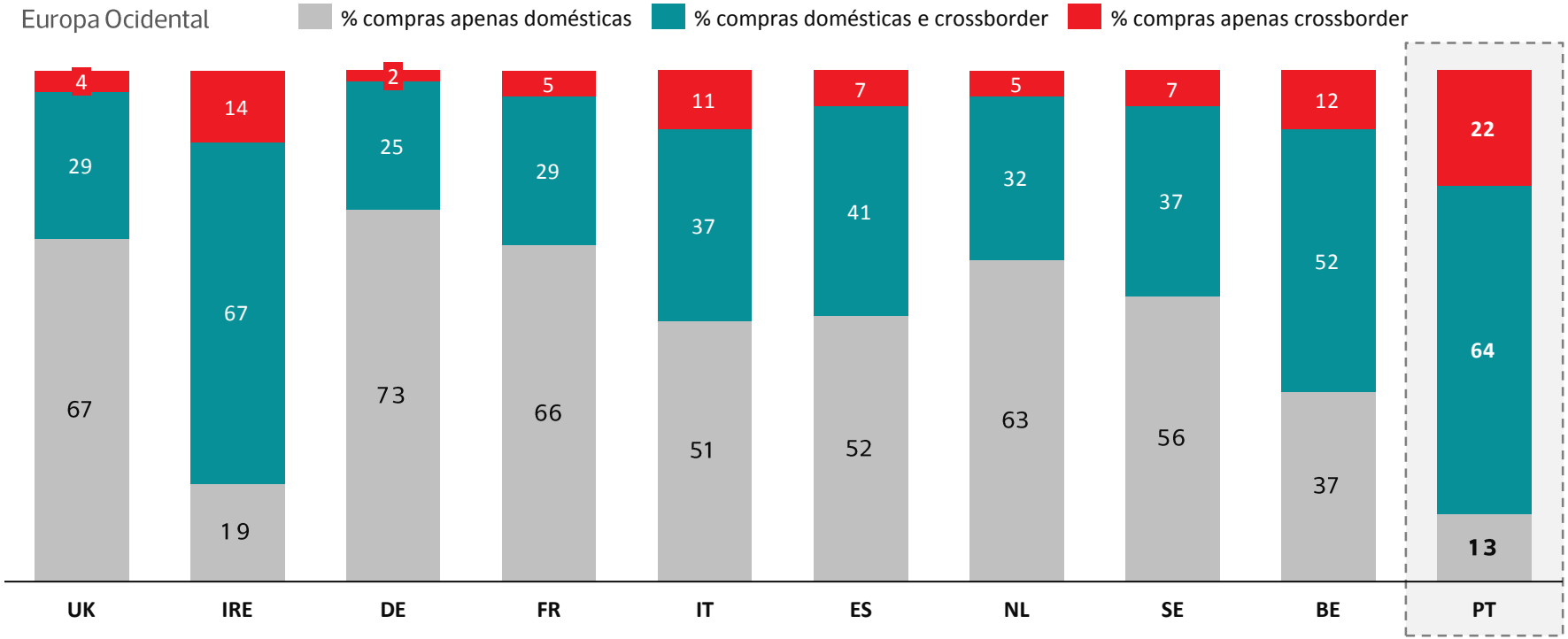
17%
% DE EMPRESAS QUE VENDE *ONLINE*

2,4x
CRESCIMENTO ESTIMADO DO *E-COMMERCE* EM PORTUGAL (2025 VS. 2015)

Fontes: Digital Economy and Society in Portugal Annual Study – ACEPI/IDC – 2016; Mckinsey MRC 2017

II. TENDÊNCIAS GLOBAIS E IMPACTO NO LAST MILE | Portugal é um dos país onde o comércio online crossborder tem o maior peso

COMPRAS ONLINE DOMÉSTICAS E CROSSBORDER NOS ÚLTIMOS 12 MESES

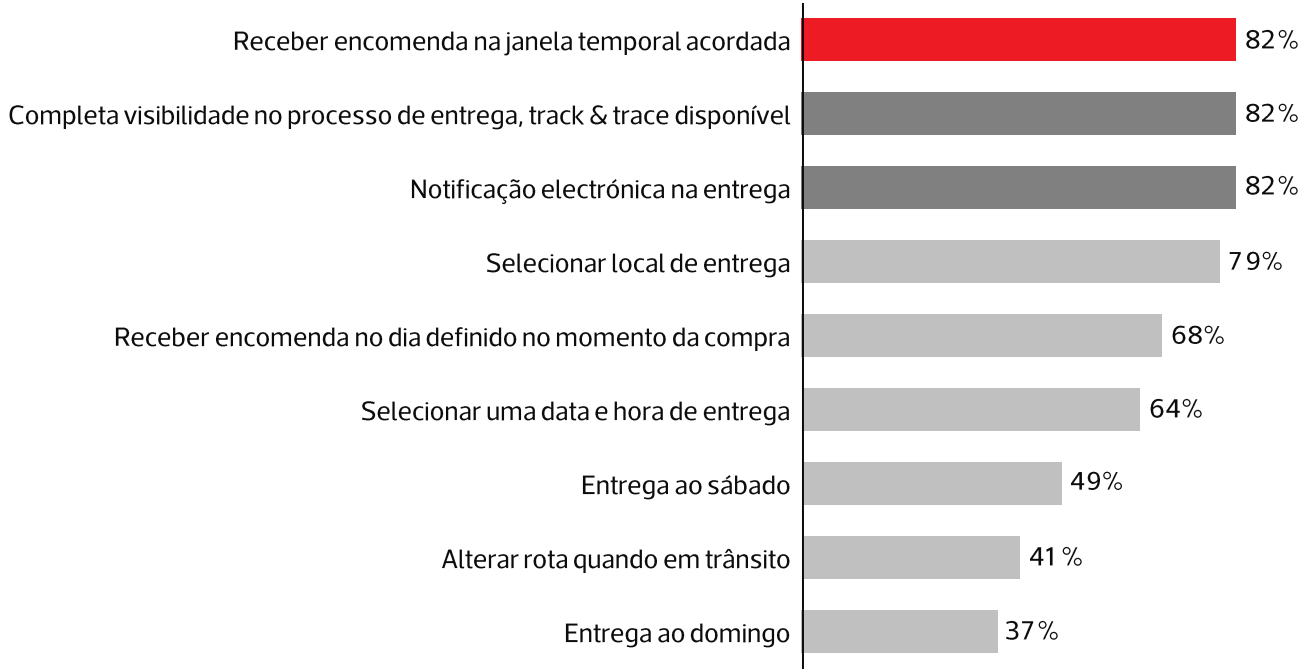


Fonte: PayPal Cross-Border Consumer Research 2016

II. TENDÊNCIAS GLOBAIS E IMPACTO NO LAST MILE | O crescimento do E-Commerce, e em especial do comércio crossborder, resulta em importantes desafios para os operadores postais

FATORES DE ENTREGA MAIS IMPORTANTES PARA O CONSUMIDOR

Percentagem de consumidores que considera o fator importante



PRINCIPAIS DESAFIOS

PREVISIBILIDADE

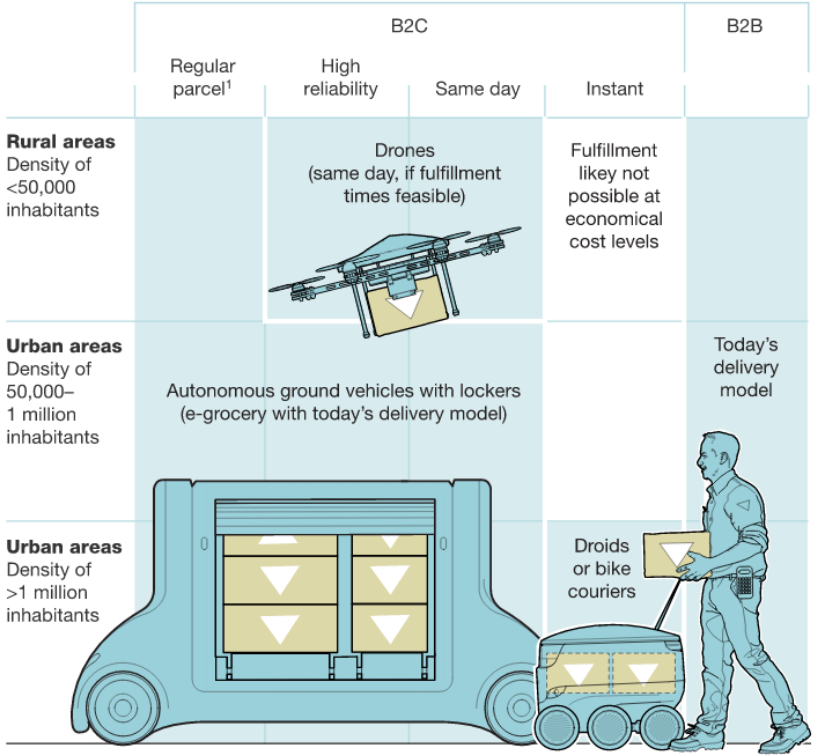
TRACK & TRACE

FLEXIBILIDADE NO LOCAL/DATA DE ENTREGA

Fonte: IPC – Cross-border E-Commerce shopper survey 2016

II. TENDÊNCIAS GLOBAIS E IMPACTO NO LAST MILE | É esperada uma evolução do modelo de entrega nos próximos 10 anos para acomodar as necessidades e preferências dos consumidores

OPÇÕES DE ENTREGA POR DENSIDADE DA ÁREA



- Espera-se que **veículos autónomos (AGVs) com lockers** dominem a entrega regular de encomendas[1], a entrega em janela temporal definida e a entrega same-day **em zonas urbanas**
- **A vantagem dos AGVs com lockers resulta do seu menor custo** (cerca de 40% inferior aos meios de entrega de última milha atuais – principalmente em zonas rurais, mais também urbanas)
- Também se espera que os **drones** sejam **bastante competitivos em zonas rurais**, com um custo de apenas cerca de 10% superior ao custo de entrega atual
- Caso os drones não se tornem menos dispendiosos, **estafetas em bicicletas** poderão vir a ser a melhor opção de **entrega imediata em áreas urbanas**
- A **entrega tradicional** deverá continuar a ser a melhor opção em **zonas com elevada densidade de drop-off e para o segmento B2B**

1 Entrega de encomendas entre 1 e 4 dias após drop-off

Fonte: McKinsey & Company: Parcel delivery – The future of last mile

III. INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT | O E-Commerce é uma forte alavanca de crescimento dos CTT, estando em curso vários projetos para capturar esta oportunidade

CADEIA DE VALOR	DIMENSÃO DO MERCADO	POTENCIAL CRESCIMENTO	PRIORIDADES CTT
Mercado CEP em Portugal – **B2C**		★★★☆☆	• **Evolução da oferta e-commerce para o expedidor assente na conveniência total para o destinatário**
Mercado CEP em Portugal – **B2B**		★★☆☆☆	• **Oferta especializada e segmentada para diferentes mercados**
Mercado CEP em Portugal – **Internacional**		★★★★☆	• **Agilização de processos internacionais e lançamento de projetos para captura de tráfego inbound e potenciação de tráfego outbound por parte de clientes e empresas**
Carga e logística de última milha		★★★★★	• **Crescimento inorgânico para captura da oportunidade (aquisição da Transporta)**

Nota: dimensão de mercado e potencial de crescimento com base no estudo de mercado CEP do IMR (dados de 2015)

III. INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT | A nova oferta modular dos CTT tem o objetivo de ir ao encontro das necessidades de clientes mais exigentes e sofisticados

EXPEDIDOR

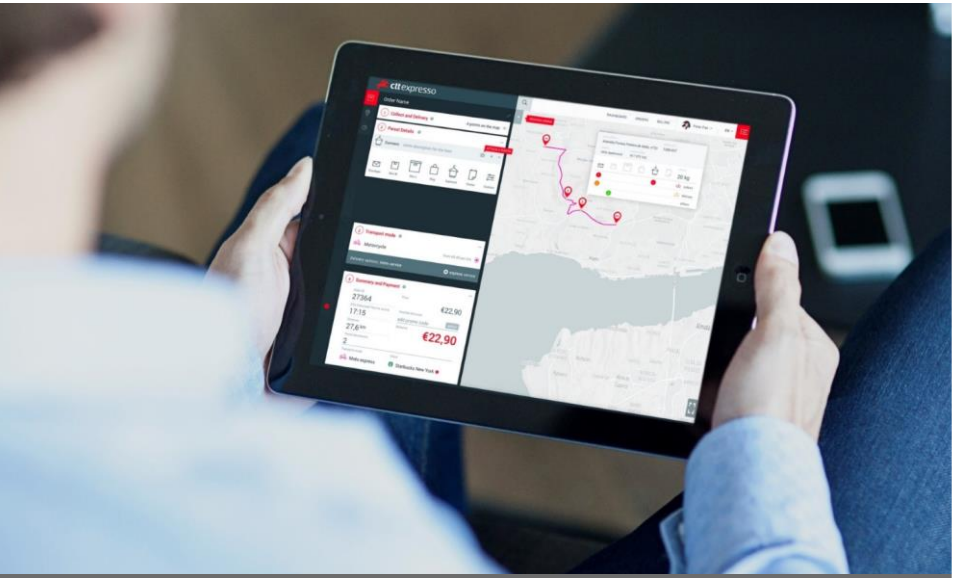
		ECONOMY CTT PUDO	STANDARD 2 DIAS	PREMIUM D+1
Add-ons	• *Time slots "Pick a day"* • Entregas agendadas • Contacto telefónico • Devol. de docs. assinados • *Back* • Frágil			✓
	• Entrega ao domicílio • Múltipla tentativa		✓	✓
	• *Easy return* • Edição de dados de entrega • Seguro especial • Cobrança	✓	✓	✓
Características base	• Entrega ao domicílio			✓
	• *Track & trace* • *Proof of delivery* • Seguro • PUDOs • Alertas SMS / E-mail	✓	✓	✓

NOVA OFERTA DE E-COMMERCE

DESTINATÁRIO

- *ACESSO À MAIOR REDE DE PUDOs EM PORTUGAL (> 1.000 pontos)*
- *GESTÃO DE ENCOMENDAS – POSSIBILIDADE DE ALTERAR DADOS DA ENCOMENDA E ROTA DE ENTREGA*
- *POSSIBILIDADE DE AGREGAR ENCOMENDAS DA CTT EXPRESSO*
- *NOTIFICAÇÕES POR SMS E E-MAIL COM UPDATES DO ESTADO DA ENTREGA*
- *GESTÃO DE ENCOMENDAS CENTRALIZADA NA APP DA CTT EXPRESSO (EM 2017)*

III. INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT | Expansão dos serviços de conveniência com lançamento de pilotos em soluções de entrega same-day e lockers



- Reformulação da oferta same-day da CTT Expresso com recurso a uma plataforma online e aplicação mobile – Integração direta com clientes E-Commerce
- Entregas efetuadas pelos estafetas CTT Expresso e eventualmente em modelo crowd – Desenvolvido em parceria com uma start-up

- Expansão da rede de conveniência para receção de encomendas dos CTT – Piloto na Grande Lisboa com um conjunto de lockers distribuídos pela cidade
- Integração com solução de virtualização postal que permite ao cliente receber encomendas de qualquer origem/operador – Simples, seguro e conveniente

III. INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT | Lançamento de projetos para potenciar a oportunidade de crossborder, em particular na China e Estados Unidos da América

- Análise de oportunidades no mercado de E-Commerce da Ásia, em particular na China onde o comércio online representa mais de 35% de todo o comércio online mundial
- Estudo de presença em marketplaces que permitam às empresas portuguesas chegar ao mercado E-Commerce chinês

- Oferta lançada em janeiro de 2017 que permite ao cliente comprar online em sites americanos sem entrega em Portugal e ter as suas encomendas entregues em casa pelos CTT
- Ambição de posicionar os CTT na cadeia de valor do comércio online entre Portugal e U.S.A, removendo barreiras entre estes dois países

III. INICIATIVAS E-COMMERCE NOS CTT | A aquisição da Transporta foi um primeiro passo na expansão da oferta de logística de última milha dos CTT

A aquisição da Transporta pelos CTT permitirá...

- Uma oferta de soluções integradas e flexíveis para o transporte de encomendas com peso superior a 30 kg (complementando assim a oferta CEP da CTT Expresso)
- Uma expansão incremental da capacidade e do portefólio de logística, passando a qualificar-se como um operador 3PL
- Capitalizar numa plataforma bem estabelecida para entrar num novo mercado, capturar economias de escala e sinergias operacionais

A Transporta oferece soluções de logística integrada e de última milha no mercado Português

DIGITAL BUSINESS
CONFERENCE

- O E-Commerce tem sido e continuará a ser um importante **impulsionador de crescimento em Portugal e no Mundo**
- **Previsibilidade, track & trace e flexibilidade no local/data de entrega** são os principais desafios para os operadores postais
- O E-Commerce é uma **importante alavanca de crescimento dos CTT**, estando em curso vários projetos para capturar esta oportunidade

DIGITAL BUSINESS
CONFERENCE

Francisco Simão | CTO
francisco.c.simão@ctt.pt
Alberto Pimenta | Head of E-Commerce
alberto.a.pimenta@ctt.pt

E-COMMERCE

DESAFIOS NO LAST MILE E NO CROSSBORDER

23 MAIO 2017
FRANCISCO SIMÃO