

REINVENTA TU DISTRIBUCIÓN Y CONVIÉRTETE EN REFERENTE OMNICANAL

Jorge Chávez

¿Cuál puede ser la clave para satisfacer altos niveles de servicio en e-commerce?

México es uno de los países con mayor crecimiento en e-commerce. Antes, se estimaba que para el 2020 el crecimiento de este sector fuera de 38%, sin embargo, la contingencia por la pandemia de COVID-19 impulsó ese crecimiento a un 500%, y se espera que post-confinamiento, México supere los 63 millones de usuarios de e-commerce. Con este crecimiento agigantado, México se está emparejando rápidamente con los países que fueron “*early adopters*” y pronto estará siguiendo las mismas tendencias que ya observamos en países como Estados Unidos.

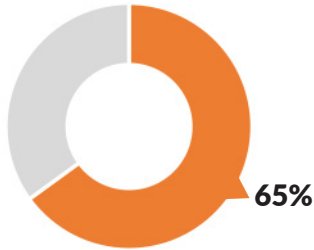
En EEUU el porcentaje de las ventas por e-commerce parece bajo con un 10% del total del consumo, sin embargo, esa cantidad llegó a \$137 mil millones de dólares solamente en el primer cuarto de el 2019, y sigue creciendo. Esto ha representado malas noticias para las tiendas departamentales físicas, que han necesitado cambiar de estrategia y cerrar muchos locales de venta. Solamente en 2018 se cerraron 5,864.

“

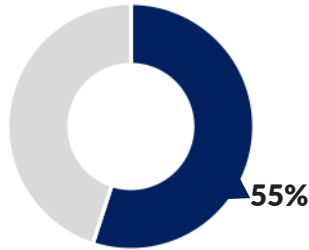
Una de las categorías que más creció durante la pandemia fue la de *groceries* con un **300%**

Pierre-Claude Blaise, AMVO.

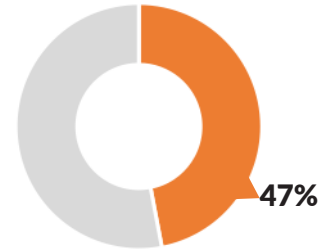
El consumidor cada vez está más informado y tiende a moverse por múltiples canales. De acuerdo con un estudio reciente de Hansa Cequity:



de los consumidores investigan en línea antes de ir a comprar físicamente a una tienda.



de los consumidores tienden a consultar reseñas de otros consumidores.



de los consumidores tienen a revisar las páginas web de las compañías.

El crecimiento en el e-commerce va acompañado de una mayor expectativa por parte del cliente en términos de tiempo y calidad de entrega. Es cada vez más común que los clientes exijan recibir sus productos sin pagar envío, en entregas que hoy son en un solo día. De acuerdo con un estudio de Zebra, para el año 2028 los tiempos de entrega serán de 2 horas. En Estados Unidos el estándar es 1 día con Amazon Prime. Los clientes esperan también tener visibilidad de su producto a un mayor nivel de detalle. Ya no es suficiente saber que el producto ha sido enviado y llegará en 2 días. El cliente quiere estar al tanto desde que se recibe el pedido, se genera el paquete, se sube al camión y está en camino a entrega en el domicilio. En México, los consumidores quieren lo mismo, aunque menos proveedores lo pueden lograr.

PROBLEMAS MÁS COMÚNES EN LAS COMPRAS ONLINE

Los mayores tiempos de entrega y la dificultad de comunicarse con servicio al cliente han sido los mayores problemas en la compra online durante la pandemia.

54% de los compradores en canales digitales declara haber tenido algún problema en sus compras en los últimos dos meses.

- 35%** - Los tiempos de entrega fueron muy tardados.
- 23%** - Comunicarme con servicio al cliente fue muy difícil.
- 17%** - No puede hacer seguimiento al envío.
- 13%** - El producto no era de la calidad que esperaba.
- 12%** - El producto no se parecía al anunciado.
- 9%** - Mi compra llegó en mal estado.
- 7%** - Mi compra llegó incompleta sin ningún aviso.
- 6%** - Las devoluciones fueron muy complicadas.
- 5%** - Me llegó un producto que no ordené.
- 3%** - Hice una devolución y no me han regresado mi dinero.

Cumplir con las exigencias de los clientes de e-commerce presenta ciertos retos. La congestión de tráfico en las grandes urbes dificulta y encarece las entregas a domicilio, y las empresas aún están acostumbradas a tener almacenes en la periferia de la ciudad. Según Gregory Braun de C3 Solutions, las redes logísticas minoristas tradicionales del siglo XX fueron diseñadas con grandes Centros de Distribución ubicados en la periferia de centros urbanos y cerca de infraestructuras de transporte porque era un modelo que funcionaba. Los envíos de cargas pequeñas eran a tiendas cercanas, por lo que hacía perfecto sentido. Había un equilibrio razonable entre las cargas entrantes y salientes, el tiempo era importante pero no crucial, y la demanda era previsible. Sin embargo, ese mundo ya no existe.

En palabras de Braun: “El comercio electrónico lo ha interrumpido y los especialistas en logística se esfuerzan por reinventar la distribución para mantenerse al día con el comercio minorista omnicanal. Este es el futuro y no se puede ignorar. Las tendencias que están haciendo del cumplimiento hiperlocal una estrategia de distribución de última milla viable y atractiva están, como hemos visto, erosionando los márgenes, haciendo que las tiendas a veces se vuelvan obsoletas y cuestionando el antiguo modelo logístico de *hub-and-speak*.”

Adicionalmente, los clientes no están dispuestos a pagar más por entrega a domicilio y en Estados Unidos, tampoco están dispuestos a pagar por entregas más rápidas, si el costo es desproporcional al producto.

Para enfrentar estos retos, las empresas han desarrollado varias estrategias que se pueden aplicar una a una o en combinación de varias.

1.- Micro Fulfillment - Hiperlocal

Esta solución consiste en utilizar muchos pequeños centros de distribución para estar lo más cerca posible del cliente. Esto permite a la empresa recibir, empacar y enviar la orden de manera que el cliente la reciba el mismo día e incluso en cuestión de algunas horas. El reto es contar con la inteligencia y datos para determinar cuáles serán los pedidos más frecuentes por localización para asegurar contar con los productos que los clientes quieren de manera inmediata.

2.- Dark Stores o Curbside Pickup

Espacios de venta dedicados a pedidos de e-commerce. A diferencia de las tiendas normales, estas bodegas solo se utilizan por los pickers, por lo general de terceros para reunir los productos que el cliente quiere y enviarlas a sus domicilios. La segunda opción es acercar el paquete al domicilio de entrega y permitirle al cliente recogerlo en una sucursal o punto de entrega que le convenga. Esto elimina los costos de la última milla y permiten al cliente recibir el producto más rápido a un menor costo de envío.

3.- Inversión en tecnologías de automatización

La optimización de los centros de distribución existentes para maximizar su capacidad de inventario y la capacidad de su personal para hacer más tareas de forma más rápida. Esto incluye tecnologías como scanners, equipos automatizados (montacargas, drones), y equipos para optimizar inventarios de manera inteligente. De esta forma es más fácil acomodar los productos, permitir que el personal (o los robots) encuentren los productos más rápido, e incluso que se aproveche mejor el espacio existente.

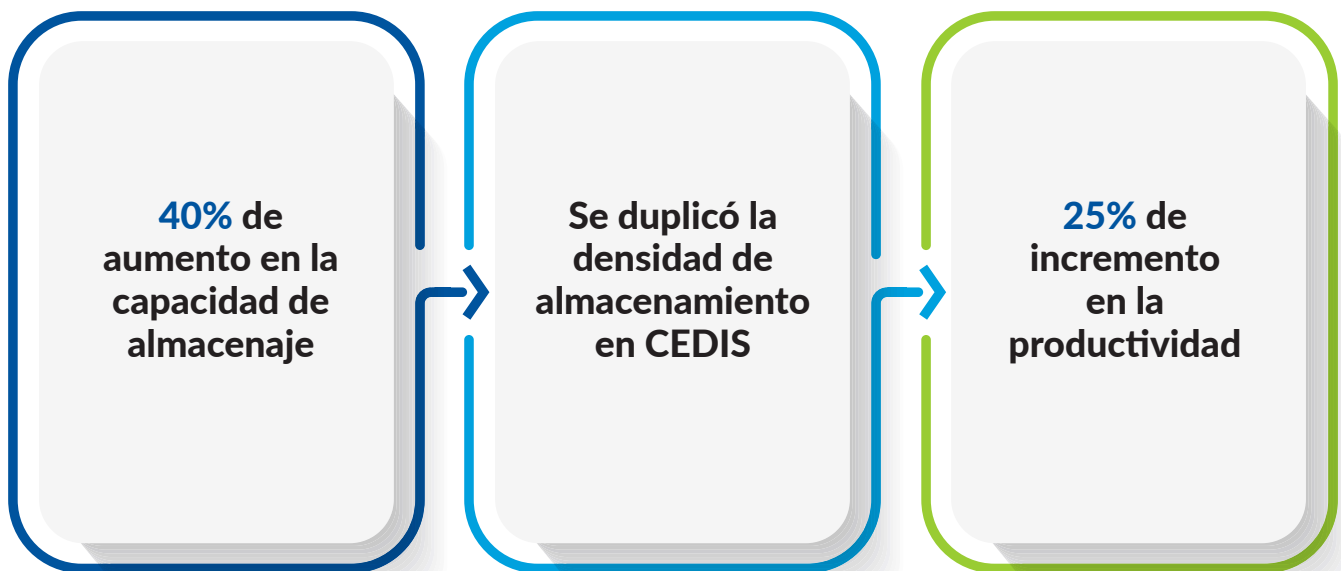
4.- Comunicación, procesamiento de órdenes y servicio de post venta

A parte de aprovechar *big data* e inteligencia artificial para anticipar los pedidos de los clientes para permitir ser hiperlocal, se deben mejorar los procesos internos de la compañía para asegurar que se pueda cumplir correctamente con los pedidos de los clientes y asegurarles una experiencia post-venta sencilla y satisfactoria. Debe ser igual de fácil pedir un producto y recibirlo a tiempo, que regresarlo, en caso de estar insatisfecho.

En esencia, un buen proceso de cumplimiento omnicanal debe garantizar que todos los pedidos se ejecuten después de evaluar todos los canales y fuentes de suministro posibles. Los datos centralizados deberían conducir a un mejor pronóstico de la demanda que reducirá el desperdicio de inventario o la sobreproducción de bienes. Proporcionar diferentes canales de compra y tener una comunicación específica del canal conduce a una mejor experiencia del cliente y mayor lealtad. La organización también puede recopilar su aprendizaje de un canal y utilizarlo en otro para proporcionar una experiencia más satisfactoria a los clientes y mejorar la eficiencia general.

Para determinar cuál o cuáles de estas soluciones pueden generar mayor valor para tu negocio, Sintec cuenta con una metodología de diagnóstico para determinar la mejor combinación de tendencias para asegurar que tu empresa pueda satisfacer a sus clientes de la forma más eficiente posible. Estos suelen ser proyectos multidisciplinarios que se deben llevar a cabo de forma coordinada y conjunta para asegurar el mayor nivel de optimización en la cadena de suministro.

Además, contamos con la tecnología y la experiencia para asegurar que la inversión en estos proyectos tendrá resultados tangibles para nuestros clientes. Por ejemplo:



Si tu empresa está interesada en aprovechar este crecimiento exponencial en las ventas por e-commerce en México y ser de los primeros en satisfacer las nuevas exigencias de los clientes, necesitas un aliado que te ayude a tomar las mejores decisiones y aprovechar mejor las capacidades con las que cuentas.



Jorge Chavez,

Director de Estrategia de Operaciones, MTY
jorge.chavez@sintec.com

Cuenta con un MBA de la EGADE Business School y está certificado en Transformación Digital por el MIT. Tiene más de 7 años de experiencia en consultoría en México y Latinoamérica con empresas líderes en su industria. Ha diseñado e implementado proyectos relacionados a optimización logística y productiva, gestión comercial y transformación organizacional, generando crecimiento rentable para los clientes, en industrias como Productos Industriales, Telecomunicaciones, Consumo, Alimentos y Bebidas y Farmacéuticos.

Referencias:

- Braun, G. (2019). THE FUTURE IS HYPERLOCAL: How downsizing in the downtown core can future-proof your e-commerce distribution. Supply Chain 247 https://www.supplychain247.com/paper/the_future_is_hyperlocal_how_downsizing_can_future_proof_ecommerce/c3_solutions
- Staff, 2. (n.d.). As Amazon Ponders Airborne Fulfillment Centers Demand for Vertical Warehousing Grows - Supply Chain 24/7. Retrieved from https://www.supplychain247.com/article/as_amazon_ponders_airborne_fulfillment_demand_for_vertical_warehouses_grows
- Staff, 2. (n.d.). As Amazon Ponders Airborne Fulfillment Centers Demand for Vertical Warehousing Grows - Supply Chain 24/7. Retrieved from <https://retailers.mx/pierre-claude-blaise-de-amvo-ecommerce-un-canal-natural-hoy/>
- Asociación Mexicana de Venta Online. (2020) Problemas más comunes en las compras online <https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-3-0-impacto-covid-19-en-venta-online-en-mexico/>

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SAO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

 /SintecConsulting  @Sintec  @Sintec_