eBook

Logística en Alta Demanda



driv.in

“La logística comprende los medios y arreglos que hacen funcionar los planes de la estrategia y de las tácticas. La estrategia decide dónde actuar; la logística lleva a las tropas hasta ese punto”.

Antoine Henri Jomini
General suizo (1779 – 1869)

Índice

Introducción	4
Mejora los tiempos de entrega	5
Anticipa respuestas a tus clientes	9
Logística inversa	10
Direcciones inteligentes	13
Rol de la tecnología en peaks de alta demanda	15
Ventajas del uso de herramientas tecnológicas	17
Conclusión	20

Introducción

Durante los últimos años, el e-commerce ha visto un fuerte crecimiento, liderado principalmente por Covid -19, y el efecto pospandémico, llevando a las empresas a acelerar el crecimiento digital tanto en el ámbito de comercio electrónico, como de la logística. Esta última ha pasado a ser un punto clave dentro del proceso de compras digitales, ya que es el proceso en el cual se hace la entrega del producto físico de una compra electrónica, teniendo un rol fundamental en la experiencia de compra del consumidor.

Considerando que la pandemia ya tuvo su punto más álgido, actualmente nos encontramos en un punto de inflexión, donde las próximas navidades serán las que marcan la pauta respecto a cómo será la logística en esta "nueva normalidad", donde será vital contar con data acerca de las tendencias de compras, además del crecimiento exponencial de la demanda, más ajustado a las necesidades actuales.

Lograr entregas eficientes de los productos dentro del tiempo acordado y en condiciones óptimas, es el reto que terminará por distinguir a las buenas empresas de las excelentes. Sin embargo, hablar es fácil, por lo que el trabajo de planificación será clave para determinar el éxito de la operación.

En este ebook ofrecemos algunos consejos para mejorar la logística cuando la demanda está por las nubes.



En esta "nueva normalidad", será vital contar con data acerca de las tendencias de compras, además del crecimiento exponencial de la demanda, más ajustado a las necesidades actuales.

Mejora los tiempos de entrega

Hoy en día, los hábitos de los consumidores han cambiado, y esperan recibir su pedido de forma inmediata, o lo más pronto posible.

Con esto en mente, es necesario poder generar una experiencia de compra rápida, sin fricciones y de manera eficiente, con una estrategia de conversión y retención, ofreciendo entregas “el mismo día”, o al “día siguiente”, dentro de lo cual existen 8 áreas vitales para asegurar el éxito.



1. Estrategias de distribución

Contar con una estrategia de distribución debe considerar una planificación en detalle acerca de todas las áreas involucradas en el proceso; desde qué vehículo usar, tiempos de empaquetado, hasta como reducir los tiempos de entrega.

Como objetivo, esta planificación debe cumplir con los objetivos de la empresa, al tiempo que agiliza la gestión de las entregas.



2. Cadenas de suministro óptimas

Contar con una cadena de suministro óptima es vital tanto para los costos, como para los procesos operativos.

Es importante considerar las necesidades de abastecimiento con el fin de optimizar las tareas de distribución, ambos siendo factores determinantes para realizar entregas de forma satisfactoria para los clientes, siendo sumamente relevante considerar y conocer los plazos de compras, y los detalles que puedan influir en la distribución.



3. Anticipar la demanda

Poder contar con información y data histórica es determinante a la hora de anticipar los periodos de baja y alta demanda, lo que ayudará a que la empresa esté preparada para satisfacer el volumen de pedidos en épocas claves a lo largo del año.
Es necesario considerar el nivel de stock durante estos períodos, siendo clave evitar el sobre abastecimiento de inventario durante temporadas bajas.



4. Planificación de rutas eficientes

Por medio del uso de tecnología, es posible anticipar los tiempos de traslado en función del tráfico, clima, restricciones del pedido, entre mucho más, lo cual permite una planificación de rutas más precisa, contemplando las estrategias de distribución con la intención de no solo llegar a tiempo, sino también tener mayor control sobre cualquier contratiempo que pueda ocurrir, al tiempo que se cumple con los objetivos de la empresa respecto al uso y gestión de la flota vehicular.



5. Uso de tecnología

Considerando que la tecnología se encuentra en constante evolución, es importante aprovechar estos avances a lo largo de la cadena de suministro, por ejemplo, para dar seguimiento de los paquetes en tiempo real, evaluar la productividad del equipo, ofrecer mayor visibilidad, optimizar los procesos y encontrar constantes oportunidades de mejora.

Implementar un sistema de gestión que permita mantener una comunicación directa y constante entre tu personal, tanto de flota como con proveedores operativos, y clientes finales ofrece mayor valor agregado al servicio entregado.

Por medio del uso de sistemas de gestión de transportes (TMS) es posible acceder a diversas funcionalidades, entre las que destacan el poder contar con visibilidad en tiempo real de las unidades, permitiendo identificar problemas que puedan impactar el servicio de entrega del producto, y eventual experiencia del cliente.



6. Establece métricas de desempeño

Los KPI (key performance indicators), o métricas de desempeño, son indicadores de rendimiento generalmente usados por organizaciones y empresas para visualizar, medir y optimizar actividades y procesos dentro de operaciones logísticas.
Permite el análisis y creación de estrategias de planificación y optimización de procesos, permitiendo el aprendizaje y mejora continua en las etapas de la cadena logística.

Específicamente, en el sector logístico, los KPI juegan un rol fundamental, ya que permite contar con data e información relevante acerca de las operaciones y procesos a lo largo de la cadena, además de cómo el cliente final recibe e interactúa con el producto o servicio.



7. Precisión y veracidad de información en tiempo real

Existen muchas empresas y marcas que solo cuentan con información respecto al día en el cual los clientes podrán recibir su entrega, generalmente en un rango de varias horas, sin dar más detalles específicos, por lo que muchos clientes deben quedarse en casa todo el día para poder recibir su compra.

Esta es una práctica que se está volviendo cada vez más obsoleta, y puede jugar un rol negativo en la experiencia del cliente, repercutiendo eventualmente en la imagen de la marca, o compromiso con los clientes.

Por esto, es importante contar con herramientas tecnológicas que permite notificarle a los clientes acerca del estado y posición exacta de su pedido una vez está en tránsito a su destino.
Además, contar con la capacidad de informarle a los clientes sobre cualquier retraso o demora, con una notificación en tiempo real y con la actualización de hora de llegada, le permite a los clientes programar sus actividades de mejor manera, mejorando la experiencia del cliente.



8. Considera el Factor Humano

A lo largo del proceso logístico, es necesario destacar la importancia que tienen los conductores dentro de la operación; desde que cumpla con la secuencia de envíos, a que maneje el vehículo adecuadamente, y entregue los pedidos dentro del tiempo establecido, es fundamental para asegurar una logística de calidad.

Algunos TMS como Drivin ofrecen funcionalidades de recompensa, Drivin Rewards, por ejemplo, contribuye a mejorar la eficiencia de las operaciones logísticas, al tiempo que fomenta el buen uso de la aplicación móvil del conductor, contribuyendo, a la vez, a disminuir el impacto medioambiental.

Drivin Rewards es un programa de fidelización, multipropósito, dirigido a todos las empresas que quieran fomentar la productividad de sus conductores mientras transforman sus acciones en la ruta en beneficios tangibles tanto para los ellos, como para su organización.

Anticipa respuestas a tus clientes

Dentro de las preguntas más frecuentes en el área de posventa “dónde está mi pedido” es una de las más recurrentes, ya que, los seres humanos, además de ser impacientes, son desconfiados.

Por lo mismo, es importante poder anticiparse a los posibles retrasos en las entregas, implementando sistemas de rastreo eficaces, que además de otorgarle al cliente mayor claridad respecto a su pedido, trae múltiples beneficios a las empresas al mejorar la experiencia de compra.



Logística inversa

La logística inversa es una estrategia que ha ido creciendo en importancia los últimos años, especialmente al momento de afrontar los peaks de alta demanda, ya que, naturalmente, al haber una mayor cantidad de pedidos, habrá también una mayor cantidad de clientes insatisfechos con el producto.

El 90% están dispuestos a comprar de nuevo en un sitio que facilita la devolución del pedido

Es un método diferenciador entre las marcas más competitivas, especialmente si es una experiencia fácil de lograr, y sin tener que pagar de más para ejecutarlo por parte del cliente.
Amazon, por ejemplo, es un líder en logística inversa, contando con una política de devolución claramente establecida, simple y eficaz.
Ahora bien, considerando que las devoluciones son inevitables, es recomendable buscar métodos para reducir al mínimo la tasa de devolución



1. REPARACIÓN, REUTILIZACIÓN Y REVENTA DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS
Además del impacto medioambiental del deshecho de productos, es importante poder mitigar pérdidas.

Por ejemplo, IKEA cuenta con un área dedicada a la reparación, reutilización y reciclaje de productos devueltos o defectuosos, los que ofrecen a un precio menor, detallando la razón por la cual tiene cierto descuento.

2. GARANTIZA LA CALIDAD DEL PRODUCTO
Otra razón usual de devolución es el "gap" entre la calidad esperada y la calidad real del producto. Hay que evitar cualquier posibilidad que dé lugar a que el cliente sienta que no recibió lo que esperaba. Nuestra segunda recomendación en este sentido es tener una política de devolución especial para estos periodos donde anuncies a tus clientes, claramente, los tiempos sincerados, esto hará que puedas manejar mejor estos peaks, haciendo a la vez de ese momento una experiencia grata para tu cliente.

3. CUENTA CON POLÍTICAS DE DEVOLUCIÓN CLARAS
Ofrecer mayor claridad y transparencia acerca de políticas de devolución, además de generar una mejor imagen hacia la marca o empresa, le permite a los clientes saber con exactitud qué esperar del servicio o producto.

4. INCLUYE ETIQUETAS DE DEVOLUCIÓN EN LAS ENTREGAS
Agregar etiquetas de devolución con los productos entregados le permite a los clientes una experiencia de logística inversa mucho más expedito y fácil para los clientes.
Idealmente, contar con etiquetas que cuenten con un código de barra o código QR evitará que el cliente tenga que pagar por hacer la devolución, otorgando una mejor atención al cliente.

5. INVIERTE EN PACKAGING
La entrega de productos rotos o en mal estado producto del proceso de delivery es uno de los principales motivos por los cuales los productos son devueltos.

Contar con packaging que resista dos viajes (ida y vuelta), por ejemplo, cajas más resistentes y a prueba de daño por agua, son ejemplos a seguir para garantizar la protección de la compra, permitiendo una entrega positiva.

¿CÓMO LOGRARLO?

Para comenzar el ciclo de logística inversa dentro de una empresa, es recomendable partir realizando pruebas, por ejemplo:

1. ENCUESTAS A CLIENTES

Dentro del sitio web de compra, o una vez finalizada la compra, es posible contar con una página dedicada a la encuesta, la cual también puede ser enviada vía correo electrónico. Ejemplos de preguntas pueden variar dependiendo del producto o servicio ofrecido, pero recomendamos siempre incluir las siguientes:

¿Qué condiciones de devolución prefiere?

- Dejar producto en un punto de entrega
- Que pasen a retirar el producto

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la devolución del producto?

- Nada
- Precio del despacho

2. A/B TESTING

Contar con un sitio o página web trae múltiples beneficios, dentro de los cuales destaca la capacidad de hacer A/B testing. Esto es un método de estudio de la experiencia del usuario, y consiste en hacer experimentos con dos variables (A y B).

Por ejemplo, es posible hacer una versión de la página de compra que contenga, al lado del botón de compra, una línea de texto que mencione «devolución gratuita en X días», en un color específico, y, en paralelo, hacer una segunda versión de la misma página de compra sin esa línea de texto.



Más del 60% de los usuarios de Internet consultan la política de devolución antes de comprar.

Esto permitirá ver el comportamiento de la tasa de conversión de cada página dentro de un tiempo determinado, pudiendo corregir ambas versiones de las páginas con el objetivo de recabar la mayor y mejor cantidad de información posible por parte de los clientes.



Direcciones Inteligentes

Es una práctica común el confirmar los datos de envío, ya que pasa seguido que, al ser un proceso manual, exista la posibilidad de equivocación a la hora de agregar la dirección al procesar un pedido, lo cual resulta en la entrega teniendo que ser reprocesada y reenviada, atrasando la entrega y resultando en una experiencia de compra negativa.

Por medio del uso de tecnología en los procesos logísticos, es posible reconfirmar con los clientes para que verifiquen los datos de entrega mientras el envío está en curso, permitiendo modificar la dirección de entrega, dar aviso en caso de contar con una dirección equivocada, e, incluso, comunicarse directamente con el transportista.

Algunas herramientas tecnológicas, como las que facilita Drivin, incorpora un Maestro de Direcciones, el cual sirve como un repositorio de direcciones, guardándolas para ser utilizadas en el futuro (generalmente más utilizado por empresas B2B).
Este Maestro de Direcciones genera alertas en caso de identificar una dirección errónea, además de contar con la funcionalidad de guardar el historial de ubicación de los clientes, pudiendo revisar/aprobar cualquier cambio propuesto por el conductor o por el mismo sistema de forma manual o automática.


FAST DELIVERY SERVICE
SHIP
TO:

Rol de la tecnología en peaks de alta demanda

El uso de herramientas tecnológicas en procesos logísticos es vital para garantizar el buen funcionamiento de la última milla, además de otorgar una mejor experiencia al cliente, y su eventual fidelización.

Dentro de los roles más importantes de la tecnología, destacamos:



1. Pronósticos

Por medio del uso de IA (inteligencia artificial), es posible ajustar los niveles de inventario con el fin de evitar pérdidas, al tiempo que se asegura la capacidad de la empresa para dar respuesta a el alza en la demanda. Pronosticar es algo que, por medio de métodos tradicionales, es poco efectivo y difícil de calcular con precisión, ya que es más difícil y menos probable poder acceder a data histórica respecto a la fluctuación en el mercado.

Gracias al uso de IA, se puede rastrear y medir los factores necesarios para generar una mejor precisión de la predicción de la demanda, llevando a una mejora contundente en la experiencia del cliente, siendo esta más personalizada y satisfactoria.



2. Gestión de Inventario

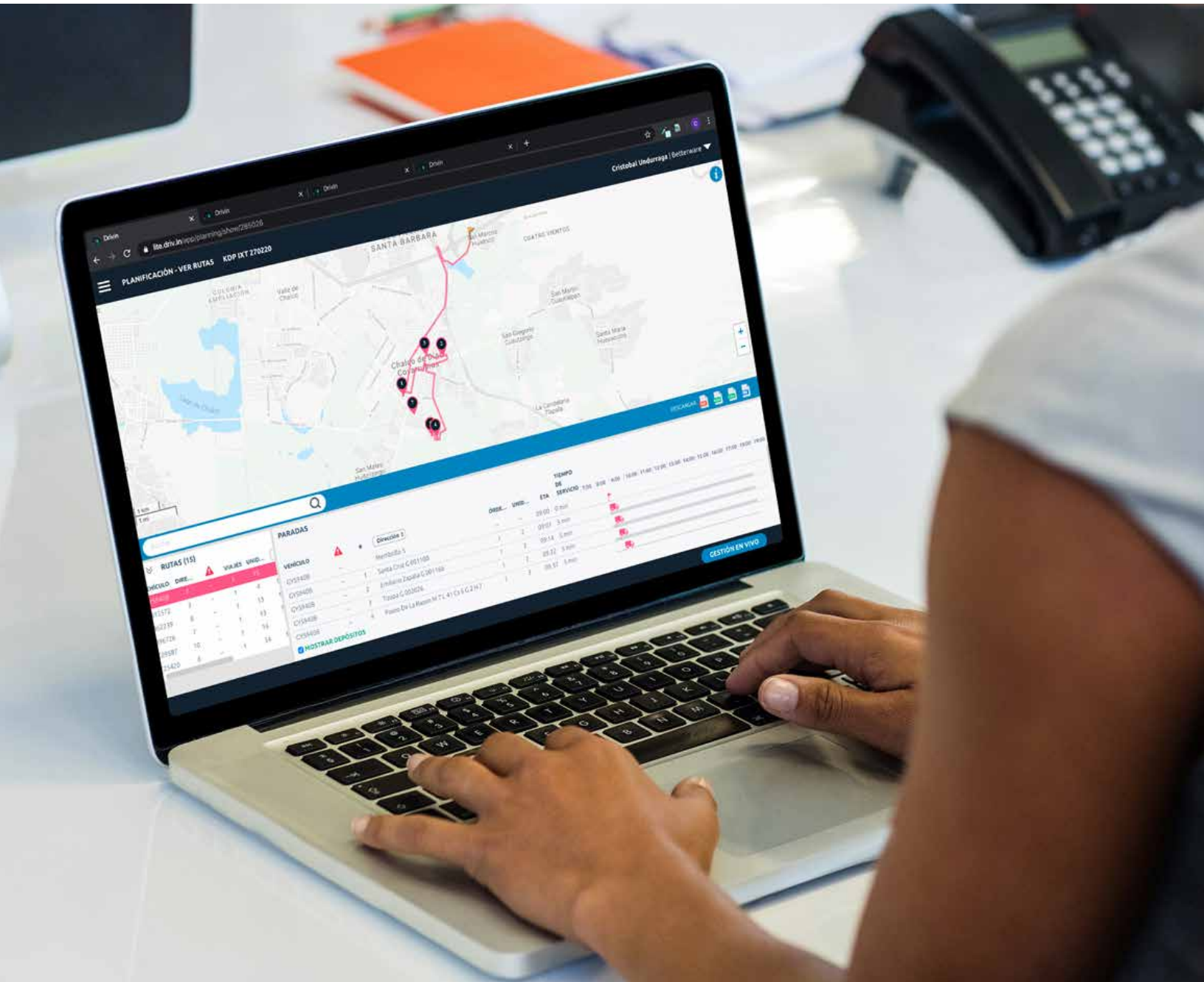
Debido al avance tecnológico, es posible automatizar el almacén, lo cual permite agilizar las operaciones de recepción, trámite, inventario y embarque de mercancías y productos, con el fin de lograr una distribución efectiva, con menos márgenes de devolución.

Dentro de los tipos de tecnología disponibles, existe software especializado

para una mejor gestión de inventario, al uso de equipos robóticos para un mejor manejo del almacén y los productos dentro de este.

3. Gestión y Administración del Transporte

Un TMS (Transportation Management System), es un software que recoge, almacena, procesa y distribuye información relacionada con las operaciones de transporte de mercancías en una empresa.



Ventajas del uso de herramientas tecnológicas

La tecnología utilizada por los sistemas de gestión de transportes, o TMS, además de hacer de la planificación y optimización de las rutas un paseo por el parque, permite una gestión de la operación logística más eficiente, especialmente durante períodos de alta demanda.
A continuación detallamos las principales ventajas de implementar un TMS.

1 Reducción de costos

La automatización de la planificación de las rutas es posible mediante un TMS, el cual, además de encargarse de realizar toda la planificación de las rutas de entregas, lo logra hacer un 90% más rápido que una planificación tradicional.
También permite esclarecer la cantidad exacta de recursos necesarios para la operación, lo que va desde el tipo de vehículos a utilizar, el total de kilómetros de desplazamiento, el tiempo laboral invertido por los conductores, hasta la cantidad de pedidos por cada recorrido.

2 Mejora la experiencia al cliente

Una de las ventajas más importantes de un TMS, es la capacidad de brindar trazabilidad a las entregas. Por ejemplo, los TMS SaaS (software basado en la nube) tienden a ser de los más sofisticados y robustos en el mercado, ya que ofrecen la utilización de aplicaciones móviles para los conductores.
Esta debe ser utilizada a lo largo de la ejecución de la ruta,

haciendo disponible la información en tiempo real, la cual puede ser consultada por los clientes para conocer el estado de sus entregas desde que sale a despacho.

3 Aprovechamiento de la capacidad de la flota

Los TMS más robustos pueden configurar las capacidades de los vehículos en función del producto a transportar. Dentro del gremio, esto es conocido como «cubicaje», el que analiza la mejor combinación de rutas contra la capacidad de carga de la flota, en relación con el producto a ser transportado.
El uso de sistemas de gestión de transporte avanzados también permite configurar restricciones de compatibilidad entre los productos y el tipo de vehículo; por ejemplo, los productos que necesitan refrigeración, o aquellos que no se pueden transportar juntos, como productos de aseo con alimentos.

4 Data para mejorar el negocio

Como destacamos anteriormente, contar con información y data histórica es invaluable para el desarrollo de una empresa, ya que permite tomar decisiones informadas, basadas en datos reales.
Con la tecnología logística correcta es posible monitorear y controlar la flota, de forma que toda la información obtenida de ella permita mejorar la estrategia de rentabilidad trazada para la operación logística, y contribuir en el cumplimiento de los resultados previamente establecidos por la empresa.



Conclusión

Poder afrontar los períodos de alta demanda puede ser, en muchos casos, una oportunidad de aportar valor a los clientes con un servicio de entrega de calidad y dentro del tiempo acordado, si se implementan las herramientas tecnológicas necesarias.

Más allá de los peaks de alta demanda, lograr tener una eficiencia constante dentro de la cadena logística permitirá lograr una mejor experiencia de compra, ganar clientes nuevos, y retener a los existentes.

Para finalizar, es importante tener en cuenta que el contar con clientes satisfechos, los convierte en representantes de la marca y empresa, donde la operación logística es el último eslabón del proceso de compra, siendo un factor clave que juega un rol fundamental dentro de la operación.

Además, implementar un sistema de gestión de flota confiable ayuda a prevenir y estar preparado para afrontar las circunstancias no habituales que trae consigo cualquier temporada de alta demanda.

Esperamos que estas estrategias puedan ayudar a mejorar la operación logística de tu empresa, manteniendo un proceso de entregas de alta calidad y, a la vez, aumentar las ventas.

¡Síguenos y encuentra tu ruta!
Visita www.driv.in

Solicita tu demo gratuita aquí

driv.in