

1 — La comercialización omnicanal cambió el modelo logístico tradicional

2 — La especialización del Operador Logístico

3 — Soluciones integrales de punta a punta

4 — Última Milla

5 — Integración de sistemas

# Logística eCommerce

## La clave para el éxito y la reputación del negocio

La logística eCommerce se basa en un cambio radical de conexión entre el vendedor y el consumidor: toda la transacción comercial transcurre en un ordenador y después del click, TODO ES LOGÍSTICA.

Luego de este click, se inicia un proceso donde la transparencia, confiabilidad y eficiencia de la gestión logística son claves para el éxito de la venta y una buena experiencia del cliente, que resulta en la buena reputación del negocio.

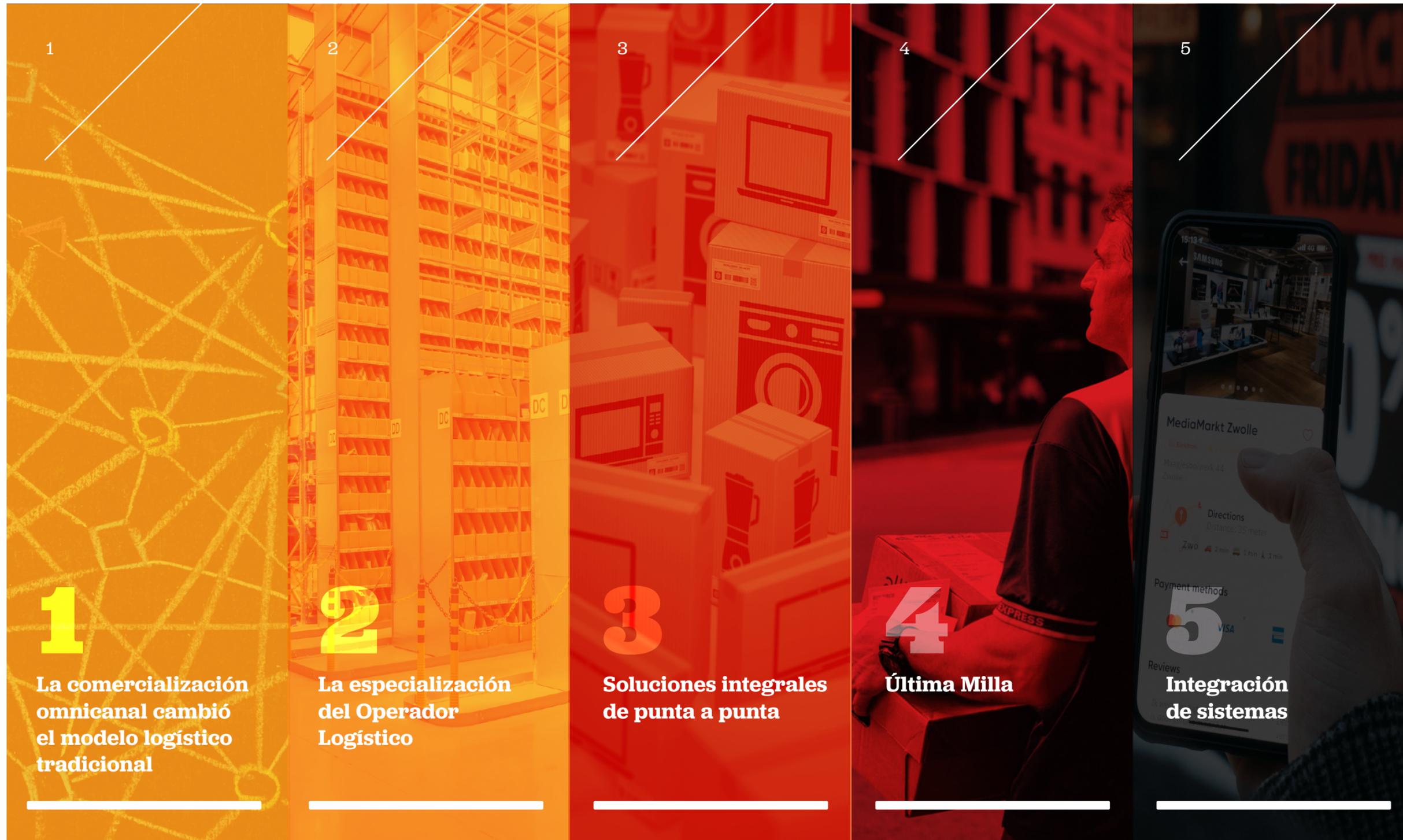
La integración y desarrollo de los Operadores Logísticos, permite el desarrollo de estas actividades con mayor productividad, aportando velocidad y visibilidad en todo el proceso, sin perder la integralidad de todos los aspectos que conforman la red de valor que vinculan a los vendedores y consumidores.

Sin dudas, la logística del eCommerce es la clave para el éxito de este modelo de comercialización, y su desarrollo es crucial para el crecimiento del mismo al ser generador de una experiencia positiva para el cliente.

ebook

nº 1

**Logística eCommerce**  
La clave para el éxito  
y la reputación del negocio



ebook

nº 1

**Logística eCommerce**  
La clave para el éxito  
y la reputación del negocio

# → La comercialización omnicanal cambió el modelo logístico tradicional

Este modelo de comercialización fue bisagra, dado que generó un cambio significativo en los procesos logísticos. Uno de los pilares de ese cambio se logró gracias a la incorporación de tecnología, permitiendo acelerar los tiempos de procesamiento y asegurar su eficacia. Se potenciaron aspectos críticos dentro del proceso, como manejo de la información/CRM, gestión/soporte back office y acceso a la autogestión por parte del consumidor que puede seguir la trazabilidad del estado de su compra.

Se requiere mayor accesibilidad y disponibilidad de plataformas a través de las cuales se vinculan los clientes con la empresa, sin diferenciar entre los negocios tradicionales B2B (de empresa a empresa) y los negocios directos al consumidor B2C (de empresa a consumidor).

La tecnología pasó a ser primordial para satisfacer las altas expectativas y crear una experiencia de cliente superadora (por ej., brindando información de trazabilidad del estado de su entrega).

La certeza en los tiempos de entrega son otro factor clave que dio a este modelo de comercialización previsibilidad, atendiendo y reduciendo la incertidumbre de los consumidores. Este cambio puede significar rapidez en algunos casos (entrega flex) y en otros, día y horario específicos.

Desde los aspectos más técnicos, estas operaciones implican un mayor costo; sin embargo, cuando se analiza de punta a punta la comercialización, claramente los costos disminuyen, siendo un modelo muy beneficioso para las empresas y vendedores: se reducen y/o evitan factores intermedios (locales, impuestos, marquesinas, etc.) y permite centralizar inventarios, dejando a la logística el trabajo de acercar los productos a sus compradores y gestionar las devoluciones (logística inversa).

# 1

# → La especialización del Operador Logístico

El desarrollo tecnológico y los equipos preparados en servicio e integración de procesos son aspectos fundamentales que concentran los operadores logísticos para responder con eficiencia a este modelo comercial. Un modelo que demanda la correcta administración de los inventarios y la comunicación fluida con los vendedores y procesos que integran la operación logística.

Al conocer la necesidad y la expectativa, el operador mejora la experiencia del comprador.

La especialización se traduce en la generación de productividades, optimizando los tiempos de proceso, mediante la integración de procesos que generan sinergias operativas y de gestión. De esta manera, es posible dimensionar al final del camino, mayores y mejores índices de satisfacción de vendedores y compradores.

## → Soluciones integrales de punta a punta

Para el éxito del eCommerce es importante que los vendedores se enfoquen en la venta, su desarrollo y la mejora permanente su canal de comunicación mediante el marketplace que elijan.

Para los Operadores Logísticos es importante el desarrollo de soluciones integrales para que esa experiencia sea positiva.

La cantidad de actividades que se realizan dependen de cada modelo en particular, eso es posible gracias a la experiencia y al foco que los operadores le proporcionan a cada proceso logístico. Tareas como etiquetado tradicional o especial, co-packing, personalización, trazabilidad del envío, información a los destinatarios, se suman a otros servicios, que complementan e integran el VALOR AGREGADO que brinda el sector a este modelo comercial.

- Visibilidad en las operaciones.
- Especialización y sinergia de negocio.
- Soluciones integrales a sellers y consumidores.
- Transparencia y confianza.
- Amplia red integrada, con disponibilidad geográfica en todo el país.
- Estimación de costos totales predecibles y asociados al nivel de servicio buscado.
- Previsibilidad en los tiempos de entrega.



## → Última Milla

A diferencia de otros servicios de delivery, los operadores logísticos ofrecen cobertura nacional con mayores opciones de distribución y alta capilaridad, llegando a todas las provincias y ciudades del país. Integran este desarrollo actividades como:

- Trazabilidad en el recorrido del producto.
- Visibilidad de digitalización de los conformes de las entregas.
- Preavisos al comprador para garantizar su entrega (evitando entregas fallidas).
- Accesibilidad a la información.
- Cobertura ante potenciales siniestros.
- Plataformas de autogestión y consultas.
- Soporte físico de back office.

ebook

nº 1

Logística eCommerce  
La clave para el éxito  
y la reputación del negocio

## → Integración de sistemas

Es importante destacar que la tecnología es el factor clave en todo el proceso y por lo tanto también lo es la INTEGRACIÓN del Marketplace con la Logística. De esta alineación depende el éxito comercial y la fluidez para minimizar contactos en la cadena que puedan generar errores en los pedidos y demoras en las entregas.

Esas integraciones pueden resultar estratégicas y determinantes, brindando a los intervinientes en la cadena de valor, la evidencia de un nivel de servicio satisfactorio y alineado a los estándares de servicio de quienes lo brindan para cada uno de los Marketplace en cuestión.

El Operador Logístico debe ser el aliado estratégico que permita cumplir con la promesa del vendedor y las expectativas del comprador: “el sello” de garantía en relación a la entrega en tiempo y forma del envío.

Resumiendo, es fundamental la integración de las plataformas. El simple hecho de no contar con datos básicos como número de teléfono, email del destinatario o código postal del domicilio puede hacer que no se cumpla con las entregas en los tiempos previstos, generando falsas visitas y una experiencia negativa en los consumidores.

La tecnología es un factor que se integró a los procesos y es determinante para el éxito de este modelo de negocio. Es por ello que la experiencia y el conocimiento en este tema, posiciona a los operadores logísticos como el sector clave para el desarrollo del eCommerce.



[CEDOL.ORG.AR](http://CEDOL.ORG.AR)