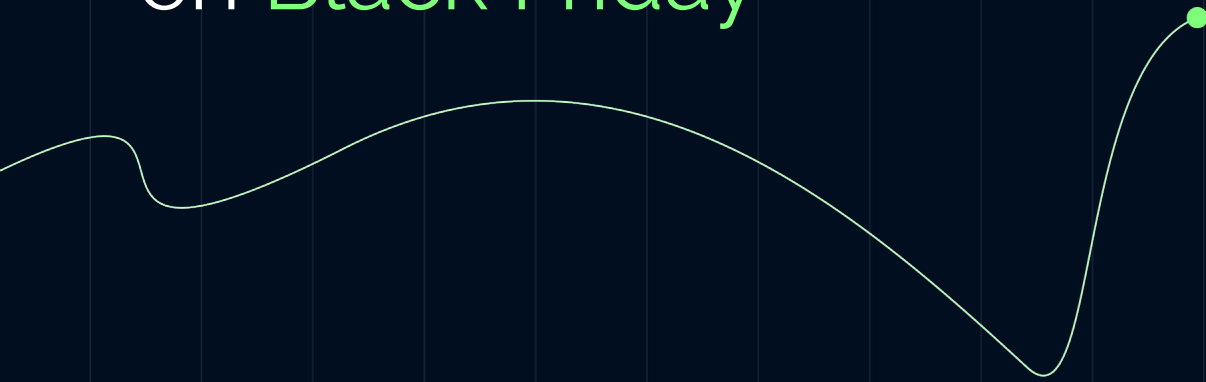


Guía completa para optimizar tus entregas en **Black Friday**



powered by **vonzu**

LISTADO DE CONTENIDO

0 Introducción

1 Priorizar los pedidos

2 Encontrar las rutas más eficientes

3 Seguimiento de los pedidos

4 Gestión de inventario

5 Logística directa e inversa

6 Automatizar notificaciones

7 Conclusión

INTRODUCCIÓN

La importancia del rendimiento de los envíos en **Black Friday**

Hay un día en noviembre capaz de encarrilar el éxito de un negocio o provocar una desconfianza difícil de recuperar. Seguro que sabes a cuál nos referimos: El **Black Friday**. Ser capaz de optimizar las entregas en torno a esa fecha repercutirá en los resultados globales.

Nada puede fallar ese Viernes Negro. Hay sectores del ecommerce en los que **el 40% de su facturación depende de la semana en que se encuadran el Black Friday y el CyberMonday**.

Cualquier error en el sistema logístico puede dar al traste con meses de trabajo.

En unas fechas en las que se acumulan millones, la **entrega de producto ha de ser perfecta**.



El fulgor del Black Friday llama a los usuarios a consumir, a conseguir el artículo que lleva meses anhelando. Pero lo desean en el tiempo y en la forma prometida. La experiencia del Black Friday ha de ser fluida. Nada de retrasos, nada de excusas. Los clientes recurrentes deben mantener la **confianza**; por su parte, debemos fidelizar a los nuevos.

En esta guía te damos 6 consejos que te permitirán optimizar la entrega de tus productos para conseguirlo.

1. Priorizar los pedidos

Podemos conocer los patrones de demanda de nuestra tienda desde mucho tiempo antes. Estudiando los comportamientos en el Black Friday en años anteriores, aunque existan variaciones, seremos capaces de adelantar las previsiones de aumento de demanda.

La distribución y entrega de productos ha de estar preparada para estas fechas. Tras el análisis de los patrones de las pautas de compra, es el momento de poner en marcha una serie de procesos que permitan optimizar la entrega de pedidos:

- **Prestar atención al stock.**

Durante el Black Friday recibiremos muchos más pedidos, por lo que debemos tener disponibles una cantidad mayor de productos, sobre todo de los habitualmente más demandados.

- **Optimizar la gestión del almacén.**

Acceder rápidamente al artículo solicitado es esencial para optimizar las entregas. Seguir estos consejos para mejorar la gestión de tu almacén nos ayudará mucho.

- **Adelantarse a posibles problemas de abastecimiento.**

Para evitar situaciones de desabastecimiento, nada mejor que contar con softwares de logística capaces de identificar contratiempos y solventarlos.



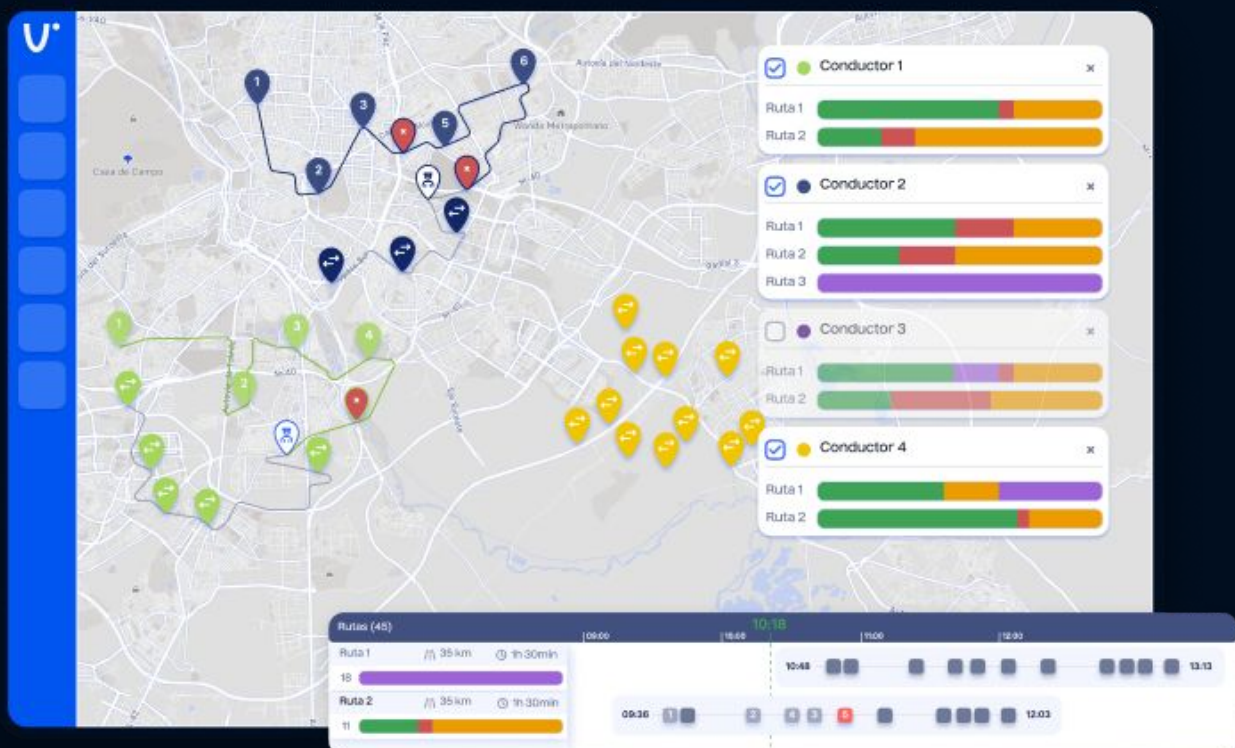
2. Encontrar las **rutas** más eficientes

Ser capaz de trazar las mejores rutas es una gran ayuda para los transportistas que llevan los pedidos y es una forma de impedir retrasos.

Para la optimización de las rutas de reparto se han de valorar varios factores:

- El tiempo que se tarda hasta los lugares de entrega y la ubicación de estos, pudiendo elaborar un “mapa” que vincule diferentes puntos de entrega próximos.
- La cantidad de tráfico en la ruta.
- La capacidad del vehículo.
- Tener en cuenta posibles imprevistos de la ruta como accidentes o averías técnicas.

El mejor aliado para trabajar con las rutas más eficientes es contar con un software capaz de planificarlas para que estén optimizadas en tiempo real, que de recopilar los datos y hacer los cálculos que nos llevarán por el mejor camino.



3. Seguimiento de pedidos

Todos sabemos que cualquier fallo en la entrega de un pedido tiene un impacto negativo en el negocio. Si el cliente no lo recibe a tiempo o en las condiciones acordadas, la imagen del comercio y las posibilidades de que el usuario repita en su compra se reducen drásticamente.

¿Qué hacer entonces?

Ofrecer opciones que permitan que el consumidor sepa siempre dónde está su pedido. De esta forma demostramos al cliente estar tan pendiente de su compra como él lo está y disminuye la posibilidad de que esté ausente en el momento de la entrega.

Hoy en día la tecnología permite integrar un sistema que identifique el lugar exacto en que se encuentra un pedido y mejorar la comunicación con el cliente en caso de imprevistos.

4. Gestión de inventarios

Hace unas semanas escribimos sobre la importancia de seguir las mejores prácticas para la gestión de inventarios en un ecommerce. Es decir, tenerlo todo controlado en relación al proceso de un producto.

Pues en unas fechas con la intensidad de entregas del Black Friday, hacer inversiones extra en cada uno de los procesos que forman parte de la gestión puede ser la mejor fórmula para conseguir la satisfacción del cliente.



5. Combinar la logística directa e inversa

La logística directa responde al modelo que se ocupa al todo el proceso que va desde la fabricación y gestión de los productos, su almacenaje, distribución y transporte, hasta su entrega final.

La logística inversa, por su parte, es un proceso que se centra en las acciones vinculadas al retorno del producto desde el cliente al vendedor. Esto es, tiene en cuenta los cambios que demanda el cliente, el proceso de devolución, la recuperación y el reciclaje.



Estos últimos puntos son clave en la cada vez más importante logística verde, que busca dar una nueva vida o destruir de forma sostenible los artículos que no quiere el consumidor.

Estar presentes y actuar con eficacia y sensibilidad en todas las fases del proceso logístico es clave hoy en día. Complementar las dos logísticas resulta esencial para ofrecer un servicio que responda a las demandas de los consumidores actuales.

6. Automatizar las notificaciones a los clientes

En el Black Friday es habitual que al cliente le surjan ciertas inquietudes vinculadas a la entrega de su pedido o que también cuente con imprevistos que le obliguen a hacer modificaciones.

Siempre ha de existir una fórmula para que contacte con el vendedor. No obstante, en jornadas con tal actividad como esta o Navidad responder manualmente a cada cuestión se torna imposible. Lo mejor es automatizar las respuestas a las preguntas más habituales.

También es fundamental automatizar el envío de mensajes masivos por los canales que correspondan cuando se produzcan situaciones que afectan a la distribución y entrega de productos.



Conclusión

Uno de los días de mayores ventas en los ecommerce está al caer. Además, el Black Friday puede llegar a ser el mejor punto de partida para conseguir la confianza de los usuarios de cara a la campaña de Navidad y al próximo año.

Por eso, es fundamental tenerlo desde ya todo preparado y establecer estrategias que permitan mitigar los efectos de cualquier posible contratiempo. Optimizar la entrega de los productos en unas fechas tan exigentes es fundamental para lograr el resultado deseado.

