



GERMÁN ALONSO
DIRECTOR
LIDD CONSULTING
SOCIO IOS DESDE



SOCIO IOS

EL PANORAMA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

CLAVES HACIA EL ÉXITO



En el mundo del comercio electrónico, se enfatizan las estrategias de marketing y las páginas web llamativas. Pero se deja de un lado la parte operativa y es allí donde frecuentemente se pasan por alto aspectos muy relevantes. Como expertos en operaciones a nivel global y en la cadena de suministro, conocemos de cerca la importancia de establecer la infraestructura, instalaciones, tecnología y procesos adecuados para administrar un negocio rentable. Es crucial mantenerse a la vanguardia sabiendo que el panorama del comercio electrónico cambia constantemente, con repercusiones significativas en las características de los pedidos, los artículos y las expectativas de entrega por parte del cliente final. Esas son algunas de las variables que dan forma a las operaciones de distribución.

La experiencia de LIDD en múltiples industrias nos ha permitido evidenciar los retos operativos con los que muchas empresas luchan. Nuestro objetivo es esforzarnos y trabajar para asegurar que nuestros clientes superen exitosamente esas dificultades. A continuación, presentamos seis aspectos clave que ayudan a evitar algunas de las deficiencias operativas de un negocio que utiliza el canal del comercio electrónico para generar ventas. Tenerlos en cuenta es de suma importancia para el éxito en el comercio electrónico.

6 PASOS HACIA EL ÉXITO

CONOCE A TU CLIENTE

Conocer a los clientes es fundamental para el éxito de un negocio. Es importante definir su perfil y tener en cuenta sus hábitos de compra en línea, sus gustos y la necesidad de mantener la información de su pedido disponible. Así se pueden alinear los procesos, el diseño de los planos del almacén y las tecnologías a las preferencias del cliente.

Igualmente, se asegura la asignación eficiente de inventario, la comunicación efectiva entre las operaciones internas y la página web y un embalaje adecuado para la mercancía. Al adaptar las operaciones a las necesidades del cliente, se logra una ventaja competitiva en el comercio electrónico.

FLEXIBILIZA LAS OPERACIONES DE DISTRIBUCIÓN

La flexibilidad es clave en el entorno del comercio electrónico. Los cambios en la demanda y en las oportunidades del mercado puede que exijan cambios en el plan o canales de venta. Por eso es crucial diseñar operaciones flexibles en la distribución. Es importante elegir sistemas y aliados ágiles y versátiles; como por ejemplo el proveedor de servicios de logística (3PL), quien debe adaptarse a manejar diferentes tipos de pedidos a medida que el negocio evoluciona. Esta flexibilidad también ayuda a gestionar de manera más efectiva los periodos de mayor demanda y las devoluciones.

ESTABLECE UN PROCESO DE PLANEACIÓN DE VENTAS Y OPERACIONES DESDE EL PRINCIPIO

La falta de comunicación y alineación entre las áreas de Ventas y de Operaciones puede obstaculizar el crecimiento. Para evitar esto, se recomienda implementar cuanto antes un proceso de Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP, por sus siglas en inglés). El S&OP es una práctica que ayuda a equilibrar la oferta y la demanda, promueve la comunicación interna y genera un pronóstico de ventas que le permite al resto de la empresa prepararse. Esto garantiza que Operaciones esté lista para ejecutar nuevas iniciativas e incrementar las ventas sin interrupciones.

GENERA DATOS VALIOSOS QUE SE PUEDAN UTILIZAR

Los datos son el arma secreta en el juego del comercio electrónico. Generar información no es suficiente. Es necesario recopilar y analizar la información relevante y transformarla en datos que permitan tomar decisiones. Definir los datos de forma clara permite su análisis eficiente. Los datos históricos ayudan a identificar tendencias y áreas de mejora.

IMPLEMENTA PROCESOS DE COMPRA DESDE EL COMIENZO

Las buenas prácticas de compra son fundamentales para controlar los gastos. A medida que un negocio crece, se complica hacer seguimiento a las compras, lo que dificulta contabilizar los productos comprados, recibidos y vendidos. Es clave implementar sistemas y aplicaciones para monitorear las compras tan pronto como el negocio comienza.

NO DEJES EL EMBALAJE EN UN SEGUNDO PLANO

El embalaje juega un papel significativo en la satisfacción del cliente. Descuidar su diseño puede llevar a productos dañados y clientes insatisfechos, arriesgando la reputación de la marca. Es importante planificar cuidadosamente y hacer pruebas a los diferentes prototipos para asegurar que los productos le lleguen al cliente en perfectas condiciones. Darle al embalaje la atención que merece, permitirá crearle al cliente una experiencia inolvidable al momento de desempaquetar el producto.

El mundo del comercio electrónico evoluciona rápidamente y las empresas deben adaptarse a formas cada vez más sofisticadas para vender en línea. Concentrarse en estos seis aspectos clave permite desarrollar una base sólida para respaldar el crecimiento futuro.

