

OPERACIONES

Ventas en línea con acento en los deportes

Un inventario de más de un millón de ítems se maneja desde el centro de distribución de Netshoes para la entrega de productos a todo el país

Por Alejo González Prandi y Eduardo Pérez
REDACCIÓN EXPOTRADE

Un sistema de distribución basado en varios operadores, con procedimientos variados y con un método de depósito caótico podría generar más problemas que resultados. Sin embargo, a la empresa de comercio electrónico de artículos deportivos Netshoes esa forma de trabajo le ha venido respaldando su éxito en el sector. La empresa instaló una logística propia, pero tercerizó la distribución mediante 13 operadores de correo. "Desde hace más de un año, venimos desarrollando un sistema de transporte que selecciona automáticamente el operador basándose en diferentes parámetros de servicios al cliente", explicó Hernán Wojtowicz, gerente de operaciones de la firma en la Argentina.

En la idea de que el diferencial es el servicio, la compañía comenzó a trabajar con "un formato de distribución diferente, no convencional, con distintas variables. Contamos con una base de transferencia en Córdoba, a donde enviamos todos los alcances aéreos y desde ahí se realiza la distribución y también la recolección de pedidos de cambio y devolución".

Lo que hacen es ingresar los pedidos de logística inversa: "Eso acorta los tiempos a la mitad y es un servicio de posventa muy importante más allá de la distribución. Además, con la base de transferencia logramos una reducción de 50% en el tiempo de entrega y más de 50% en el tiempo de recolección. Cuando la base está generando el ingreso del producto al sistema, nosotros estamos, desde Buenos Aires, generando la separación, el procesamiento del pedido de cambio, lo cual acelera muchísimo el servicio de posventa", añadió el directivo.

Wojtowicz insistió en que la empresa "desarrolló diferentes tipos de distribución" y que se apalancan mucho en el interior "porque representa más del 70% de las ventas". Y agregó: "Cerramos muchas operaciones con Latam Cargo en aeropuertos del interior y eso nos acorta muchísimo el plazo de distribución. Tenemos una frecuencia diaria en envío de pedidos a Aeroparque y desde ahí en dos horas los tenemos ubicados en Neuquén, Salta, Tucumán o La Rioja".

Un transporte inteligente

"Lo más importante es que venimos desarrollando nuestro sistema de transporte para poder dividir en etapas toda la distribución", aseguró. Y relató: "En un principio operábamos puerta a puerta con un operador, después con dos, tres o cuatro, hasta

que nos dimos cuenta de que en la diversidad encontrábamos la diferencia de servicio, porque había operadores que eran especializados por zona y, de esa forma, empezamos a darle inteligencia para el transporte".

Agregó que "hoy, nuestro sistema de transporte es el que selecciona las cargas. Nosotros distribuimos desde una remera hasta un kayak, esa diferencia de volumen y peso es parte de la inteligencia que tiene nuestro sistema para poder llevar adelante la asignación de carga".

Además, a partir del éxito que lograron con las operaciones desde la base de transferencia de Córdoba, la empresa comenzó el proceso de buscar otros lugares del país donde copiarlo. "Estamos llevando adelante un análisis para determinar cuáles son esos lugares específicos. Para abarcar todo el territorio y brindar el mismo servicio. Escalando la base de transferencia de Córdoba nos dimos cuenta de que no es sólo una mejora en el tiempo de entrega, sino que también nos daba la posibilidad de poder escalar servicios en esas bases, como mejorar la logística inversa en el tiempo u ofrecer otros servicios", sostuvo.

La empresa desarrolló cuatro servicios de reparto en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano, y Wojtowicz aseguró que "esos servicios funcionan muy bien y podríamos replicarlo a través de este sistema de *cross docking* en Córdoba y región, pudiendo escalar alternativas de entrega ofrecemos al cliente un abanico de posibilidades que es un diferencial frente a otro operador de e-commerce".

"Tenemos otras alternativas que estamos analizando pero todavía no definimos cuál será. Creemos que hay muchísimo más para trabajar en el



Más de 160 marcas se distribuyen a todo el país desde el centro operativo de Garín

FOTO: NETSHOES

puerta a puerta, y a raíz de los resultados que tenemos podremos replicar el esquema en otras partes del país y sobre ese formato escalar servicios que hoy estamos ofreciendo en Capital y en el interior, porque para nosotros el cliente del porqué es muy importante", insistió el directivo.

El proceso interno

Luego de que el cliente inicia la compra desde la web, se autoriza el pago y comienza la preparación del pedido en el depósito, que fue concebido de manera caótica para agilizar el

proceso de ubicación del millón trescientos mil ítems de 160 marcas del inventario. Se separa y se lleva a una línea de cajas similar a la de un supermercado donde se factura, se empaqueta y después se despacha al operador que seleccionó el sistema de transporte y se le da trazabilidad para que el cliente pueda seguir su pedido.

"Buscamos que el cliente pueda vivir toda la experiencia, tanto en la preparación como en la distribución, cuando hace el pedido, cuando lo está recibiendo y más. Estamos trabajando muy fuerte en eso y ofrecemos un

formato casi online. Tenemos muy buena data de la trazabilidad del pedido", explicó el directivo.

En su depósito de la localidad de Garín de 7000 m², Netshoes tiene gran parte de su stock, que si bien es propio iniciaron un proceso de diversificar entre producto consignado de marca y un *drop shipping*: "Nosotros ofrecemos productos de diferentes proveedores que despachan directamente al cliente, previa capacitación y certificación para brindar un buen servicio", indicó Wojtowicz.

En enero, la empresa incorporó una embaladora automática con una capacidad de 18 pedidos por minuto y 8000 por día, diseñada para operación de e-commerce, que utiliza material de embalaje plástico preparado para el sellado térmico, y tiene cintas transportadoras mecánicas y lectores para mantener la trazabilidad en el proceso. Además, imprime y pega etiquetas con los datos de la entrega y cuenta con sistemas de seguridad para preservar la calidad del producto.

La empresa puso énfasis en el servicio al cliente con la intención de fidelizarlo. Al respecto, el gerente de Operaciones de Netshoes aseguró que trabajaban "muy fuerte en todas las herramientas que puedan mejorar la experiencia de compra: acortar los tiempos de entrega, los *de carril*, la logística inversa, atender mayor cantidad de llamadas, canalizar mensajes automáticos en determinado tipo de consultas", afirmó. ●

EVOLUCIÓN

LOS DESAFÍOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

"Hay que innovar siempre, hay que trabajar en la mejora continua. Hay muchísimo para hacer desde la distribución hasta la logística y la atención al cliente. Hay muchísimo por hacer en cuanto a trazabilidad, tiempo real, comunicación automática... Hay muchos desafíos por delante", manifestó el gerente de Operaciones de Netshoes, Hernán Wojtowicz, respecto del futuro del comercio electrónico.

El directivo de la empresa de origen brasileño con operaciones además en México y Argentina, consideró que el desarrollo de Internet en los últimos años ayudó al desarrollo del e-commerce, porque "el cliente se está convirtiendo en un experto y lo más sensible es la tasa de cambios y devoluciones, que viene disminuyendo año a año".

Agregó que "se está empezando a trabajar con un cliente que está acostumbrado a las compras por Internet y se va volviendo más experto. Si bien hay mucho por hacer, el cliente no tiene el miedo que tenía hace cinco años de cargar los datos de tarjeta de crédito y esa fue una barrera que cuando se rompió ayudó muchísimo".

"Se avanzó muchísimo. Los próximos pasos son empezar a trabajar con información y trazabilidad en tiempo real, para mejorar esa parte de la experiencia de compra en cuanto a cómo se le habla al cliente. Eso lo dan los equipos móviles, para saber cuándo tiene que realizar la compra de algún producto específico. Hay muchas aplicaciones que son más intuitivas y ayudan mucho en eso", finalizó.

Toribio Achával

INMUEBLES INDUSTRIALES
& LOGÍSTICOS

industria@toribioachaval.com

4819-4040