

3 formas de perfeccionar el reparto de la última milla en 2021

Cápsula 2.2.2

Resumen

Parte del crecimiento acumulado del sector del comercio electrónico ha sido la creciente demanda de los consumidores de plazos de entrega más rápidos y mayor visibilidad. Estos factores fueron una fuerza impulsora del rápido crecimiento de la etapa de entrega de última milla del cumplimiento de los pedidos en línea, incluso antes de que surgiera Covid-19, pero la pandemia cambió su papel a una velocidad excesiva.

A medida que se activan los pedidos para quedarse en casa y disminuyen las compras en persona debido a la preocupación por la salud y el cierre de tiendas, los consumidores se decantan por las compras online en masa, lo que hace necesario mejorar aún más la logística de entrega de última milla. A medida que continúa el auge del comercio electrónico, se explica cómo los minoristas y las marcas pueden aprovechar la entrega de última milla para obtener una ventaja competitiva.

Centrarse en la rapidez

El quid de la logística de última milla es entregar los artículos al usuario final lo más rápidamente posible. No existe una configuración única para cumplir con los pedidos en línea, pero, con pocas excepciones, el principal objetivo logístico en el mundo del comercio electrónico es facilitar la entrega más rápida y rentable.

Para satisfacer esas demandas y controlar los costes de envío, y a medida que los modelos de entrega en el mismo día y por horas se convierten en la norma, el enfoque predominante es almacenar el inventario lo más cerca posible de las zonas con mayor densidad de clientes.

Una de las formas en que las empresas están adaptándose a esta estrategia es convirtiendo las tiendas cerradas en microcentros de distribución regionales y asociándolas con servicios de entrega de última milla para facilitar un envío más rápido sin que el precio sea elevado. Los transportistas regionales y locales apoyan cada vez más la entrega de última milla -sobre todo para las empresas con múltiples centros de distribución-, ya que ofrecen horarios de recogida y entrega más amplios y opciones de entrega al día siguiente.

Invertir en la optimización del inventario

La diversificación de su estrategia de ubicaciones para cerrar la brecha entre su producto y sus clientes requiere una visibilidad total del inventario y capacidades de gestión. A medida que aumentan las expectativas de velocidad de entrega, los patrones de pedidos de los clientes y los datos de inventario deben aprovecharse conjuntamente para garantizar que todos los artículos estén suficientemente almacenados en los lugares adecuados, en todo momento.



Debido al volumen de trabajo y al nivel de organización que hay que mantener para gestionar el inventario y los pedidos en toda su red de ubicaciones, esto se suele confiar a un socio de cumplimiento con un sistema avanzado de gestión de almacenes e inventarios que se integra con los sistemas de proveedores y vendedores. Sin embargo, incluso si dispone de tecnologías y recursos limitados, existen API y servicios de apoyo al back-office a los que puede acceder en línea para aumentar la visibilidad de sus operaciones.

Invertir en la optimización del inventario

La diversificación de su estrategia de ubicaciones para cerrar la brecha entre su producto y sus clientes requiere una visibilidad total del inventario y capacidades de gestión. A medida que aumentan las expectativas de velocidad de entrega, los patrones de pedidos de los clientes y los datos de inventario deben aprovecharse conjuntamente para garantizar que todos los artículos estén suficientemente almacenados en los lugares adecuados, en todo momento.

Debido al volumen de trabajo y al nivel de organización que hay que mantener para gestionar el inventario y los pedidos en toda su red de ubicaciones, esto se suele confiar a un socio de cumplimiento con un sistema avanzado de gestión de almacenes e inventarios que se integra con los sistemas de proveedores y vendedores. Sin embargo, incluso si dispone de tecnologías y recursos limitados, existen API y servicios de apoyo al back-office a los que puede acceder en línea para aumentar la visibilidad de sus operaciones.

Utilice las herramientas de análisis de envíos

La visibilidad de los datos de envío permite a las empresas rastrear, descubrir y evaluar dónde se puede mejorar la eficiencia. Las soluciones tecnológicas, como las que prevalecen en la logística de terceros (3PL), permiten obtener datos en tiempo real para transparentar los gastos de envío, proporcionando información que permite a las empresas elaborar mejores previsiones, reducir los costes de transporte y mejorar las operaciones de entrega y la rentabilidad. Tener acceso a todos los datos relativos a los costes del transportista y al rendimiento de las entregas, por ejemplo, permite a las empresas identificar las áreas problemáticas y las oportunidades para gastar de forma más inteligente.

Digamos que pagó por una entrega de dos días cuando un paquete se entregó en tres. El sobrecoste de una sola vez no hará saltar la banca, pero es importante saberlo para asegurarse de que no ha sido un error recurrente, y hacer correcciones para que no vuelva a ocurrir. Observaciones y cambios aparentemente pequeños como éste pueden contribuir en gran medida a lograr economías de escala y pueden mitigar los costes asociados a la entrega de última milla. Estas soluciones analíticas aportan la información necesaria para reducir los residuos, disminuir el gasto en transporte y, en última instancia, crear una mejor experiencia tanto para los transportistas como para los clientes.

La última milla no consiste sólo en entregar un paquete; se trata de ofrecer una experiencia que represente a su empresa y satisfaga las expectativas del cliente. Es la última oportunidad en la operación de la cadena de suministro para causar una buena impresión y, si no se prioriza y ejecuta bien, podría ser la última parada en el viaje de un cliente con su marca.

