

Cómo sobrevivir a la evolución de las tendencias de entrega al consumidor

Capsula 2.3.2

Resumen

La entrega a domicilio se ha disparado en los últimos años, y la pandemia ha acelerado aún más esa tendencia. Ahora se puede pedir casi cualquier cosa por Internet y recibirla en casa. Puedes conseguir alcohol y una comida gourmet, ropa, muebles, artículos de farmacia e incluso comestibles. En 2020, los consumidores gastaron 861.000 millones de dólares en comercios estadounidenses, lo que supone un aumento del 44% con respecto al año anterior. El gasto en línea representó el 21,3% de las ventas minoristas del año. En 2019, las ventas en línea fueron sólo del 15,8%, por lo que las estadísticas de 2020 muestran un marcado salto.

En parte, esto se debió a la pandemia y a los cierres nacionales. En el momento álgido de la pandemia, la gente no podía, o no quería, ir a las tiendas, así que compraba por Internet. Pero gran parte de esto se debe a los cambios en los hábitos de los consumidores y a un panorama minorista alterado. Amazon sigue siendo el líder del comercio minorista en línea -no es una sorpresa-, pero otros minoristas, como Wal-Mart, Best Buy y Kroger, aumentaron las ventas en línea en un 85% en 2020.

Este crecimiento del comercio electrónico es una bendición para las empresas de logística y entrega. Para 2025, se espera que el número de paquetes entregados en todo el mundo ascienda a 200.000 millones, frente a los 90.000 millones de 2018. Mientras su empresa se prepara para la "próxima normalidad", ¿cómo puede planificar para satisfacer y superar las cambiantes expectativas de los clientes? ¿Y cuáles son esas expectativas?

Analicemos cuáles son las tendencias actuales de los consumidores y cómo su empresa de reparto puede tener éxito en este panorama minorista en constante cambio

Tendencias actuales de consumo

1. Reducción de la escala:

Más de **un tercio de los estadounidenses declararon que sus ingresos se han visto afectados negativamente por la pandemia**. Debido a esto, el gasto en artículos discrecionales ha disminuido, mientras que el gasto en comestibles, entretenimiento en el hogar y suministros domésticos se ha disparado. Los proveedores de Internet, en particular, han experimentado un aumento de las actualizaciones de los clientes, ya que cada vez más personas trabajan, aprenden, se comunican y viven a través de medios remotos. Los analistas predicen que estos comportamientos se mantendrán estables incluso después de que la pandemia disminuya. Muchas organizaciones están reorientando sus operaciones hacia un modelo de personal totalmente digital o híbrido. Además, es posible que muchos consumidores prefieran utilizar los servicios digitales debido a los comportamientos arraigados por la pandemia.



2. Disolución de la lealtad a la marca:

Las empresas que no hicieron la transición digital con la suficiente rapidez se encontraron con que incluso los más fieles las abandonaron. La falta de disponibilidad, la preocupación por la seguridad y los problemas de sostenibilidad han hecho que muchos consumidores cambien de marca. Si los consumidores encuentran la nueva marca aceptable -o quizás mejor- que la anterior, el cambio puede ser permanente. Mientras los minoristas se enfrentan a problemas de abastecimiento, los consumidores se ven obligados a buscar alternativas. En un mundo COVID-19, los consumidores citan la disponibilidad como la razón número uno por la que buscan nuevos productos o nuevos minoristas.

3. Preocupación por la seguridad:

No es de extrañar que la pandemia haya fomentado un aumento de la preocupación por la limpieza y el saneamiento. El **17% de los consumidores declararon haber cambiado sus tiendas habituales por cuestiones de higiene**. Además, la pandemia ha puesto de manifiesto la importancia de los canales de entrega seguros, como la recogida en la acera y las opciones de entrega sin contacto. Las empresas deben aplicar políticas y procesos que permitan distancias seguras, desinfectar las superficies y los productos, y comunicar a los clientes estos procedimientos en cada paso.

4. Excelencia digital:

Los consumidores se han vuelto cada vez más agnósticos con respecto a los canales. Esto significa que ahora esperan las mismas -o mejores- experiencias de compra en línea que en la tienda. Disponer de canales digitales intuitivos y fáciles de usar ayudará a su empresa a satisfacer las cambiantes expectativas de los clientes. También le ayudará a ser ágil y a prepararse para futuras disrupciones del sector. Ahora es el momento de invertir en la creación o el aumento de sus capacidades digitales para ofrecer una experiencia de cliente fluida y coherente, independientemente del canal. La digitalización de los procesos ya no es una opción; es una necesidad.

Entonces, ¿cómo puede competir su empresa de logística en este nuevo panorama? Dado que los consumidores esperan una entrega rápida, segura y fiable, usted necesita más que nunca una experiencia de cliente mejorada. La rapidez no es suficiente si el producto llega sucio, incorrecto o dañado. Por ejemplo, las empresas de colchones han puesto en marcha una creciente opción de entrega a domicilio; pero si el paquete llega dañado o el cliente recibe el artículo equivocado, la experiencia del cliente se resiente. En la era post-pandémica, la distribución y la logística son cruciales, por lo que su empresa debe aprovechar el cambio.

He aquí tres estrategias para prosperar en nuestra próxima normalidad y más allá.

1. La transformación digital es la clave

La pandemia ha hecho más complejos los servicios de entrega. Esto se debe no sólo al aumento exponencial del volumen, sino también al incremento de la demanda unido a las interrupciones de la cadena de suministro. Así que, para garantizar los servicios de entrega a tiempo, su empresa necesita digitalizar y agilizar todos los procesos para que no haya pasos en falso entre el momento en que se hace un pedido y el momento en que llega al cliente.



Es un objetivo muy ambicioso, que no se puede conseguir sólo con hojas de cálculo o herramientas rudimentarias. Si quiere mantener la rentabilidad, necesitará un software de distribución especializado para mantener todo organizado y optimizado. La capacidad de adaptación requiere que las empresas piensen en escenarios "hipotéticos" y planifiquen posibles respuestas. Hay que estar preparado para pivotar, pase lo que pase. La solución adecuada facilita esta tarea proporcionando los datos y la información necesarios para detectar los cambios y, a continuación, las herramientas necesarias para actuar con rapidez y eficacia.

En un ejemplo notable del mundo real, surgieron varias empresas de colchones nuevas, todas ellas ofreciendo la entrega a domicilio de sus colchones. Debido al creciente número de personas que trabajan a distancia, las empresas de suministros de oficina ofrecieron herramientas gratuitas de diseño de oficinas en casa, y luego ofrecieron a los clientes la opción de contar con servicios seguros de entrega y montaje a domicilio. ¿Cuál es el hilo conductor? Estas empresas utilizaron los datos cambiantes de los clientes para hacer pivotar sus operaciones. Los datos que obtuvieron les permitieron satisfacer las demandas de sus clientes y comunidades.

La digitalización del software de distribución para agilizar las operaciones de su flota le garantiza que puede cambiar a cualquier modelo de entrega que garantice la operación más eficiente. Puede dirigir las entregas de forma eficiente para satisfacer las demandas fluctuantes. Puede comunicarse sin problemas con su equipo y sus clientes en toda la operación de transporte. Y puede gestionar los protocolos de entrega para mantener la seguridad de los conductores. Por ejemplo, las opciones de prueba de entrega firmada han sido sustituidas por fotos de entrega. ¿Y lo mejor? Con el software de rutas y programación, estos procesos se optimizan, aumentando la eficiencia y ahorrando dinero.

2. Optimizar la última milla

¿Sabía que los kilómetros finales de cualquier entrega constituyen aproximadamente el 53% del coste? Para usted, eso significa que optimizar esa distancia es crucial. Los consumidores de hoy en día esperan un seguimiento de la entrega en tiempo real. Si su empresa no proporciona información de seguimiento, el tiempo que transcurre entre la realización del pedido y la recepción de los artículos parece interminable. Y, como resultado, aumenta el número de consultas de "¿dónde está mi pedido?" a su equipo de atención al cliente.

¿Cuál es el problema de la última milla? La ineficacia. La razón es que en ese tramo final hay mayores paradas y menores descensos. En las grandes ciudades, el problema se agrava con el tráfico constante. En las zonas rurales, los puntos de entrega pueden estar a kilómetros de distancia y ser de más difícil acceso para los conductores. Añada estos problemas al meteórico aumento del comercio electrónico, que implica más camiones de reparto en la carretera cada día, y más competencia posible para usted.

La logística de la última milla es el lugar donde es imperativo tener la entrega más eficiente, rentable y transparente. ¿Cómo puede conseguirlo? Con **un sólido software de enrutamiento y programación**. Este tipo de tecnología le garantiza una visibilidad completa de los retrasos en las entregas, las excepciones o las citas perdidas. La optimización de la ruta en el último kilómetro es un juego de niños. El software garantiza que sus conductores ejecuten la entrega en la secuencia más rentable y eficiente en cuanto a tiempo. También puede introducir parámetros personalizados, como:



- Horarios de los conductores y PTO
- Patrones de tráfico y cierres de carreteras
- Distancia máxima de la ruta u horas máximas para la normativa del DOT
- Requisitos exclusivos del cliente y atributos del pedido

3. Mantenga a sus conductores contentos

Sus conductores son la savia de su empresa; sin ellos, no puede sobrevivir. También tiene que mantenerlos seguros y mantenerlos con un estricto horario de servicio. Quiere mantener las disputas al mínimo y asegurarse de que su equipo recibe un trato justo. ¿Cómo puede compaginar las normas de las horas de servicio, las preocupaciones de seguridad y las preferencias personales, y seguir haciendo las entregas a tiempo, siempre?

La respuesta: El software de planificación y optimización de rutas. Con **la solución de Planificación de Rutas y Programación** de Apteon, usted obtiene una mejora en el funcionamiento de todos los aspectos de su operación. He aquí cómo.

1. Rutas optimizadas, pero operativamente viables.
2. Maximizar la utilización de conductores, activos y equipos.
3. Minimización del kilometraje, lo que se traduce en menores costes de transporte.
4. Rutas predecibles y fiables, lo que permite aumentar la satisfacción de los clientes y la retención de los conductores.

Incluso puede tener en cuenta las preferencias personales de su equipo. Tal vez su conductor es un padre soltero que recibe a sus hijos los viernes y no puede trabajar. Tiene un conductor al que le gusta terminar cerca de su casa. Puede añadir cualquier cantidad de consideraciones personales y modificar el horario en consecuencia. Todo esto, y todavía puede gestionar un plan de ruta eficiente.

La entrega a domicilio se ha disparado en los últimos años y los clientes esperan una entrega eficaz, segura y rápida. Para sobrevivir, hay que superar la satisfacción del cliente en cada entrega.

Al mismo tiempo, se enfrenta a una serie de retos operativos cada vez más complejos: aumento de los costes, escasez de conductores y cadenas de suministro cada vez más enrevesadas. ¿Cómo le afecta esto? Para que su empresa siga siendo competitiva, debe aumentar la eficiencia y racionalizar los costes siempre que sea posible.

Parece imposible, ¿verdad? No lo es: sólo necesita el software de distribución adecuado. Desde el software de rutas y programación hasta los sistemas de prueba de entrega, el cambio de herramientas manuales a soluciones creadas específicamente le permitirá superar las expectativas de los clientes y superar las complejidades operativas. Esto significa que su empresa no sólo sobrevivirá en la nueva era, sino que prosperará.



En la era post-COVID, las empresas de logística estarán a la cabeza de la recuperación económica. Pero sólo aquellas empresas que hayan optimizado y automatizado sus operaciones podrán sobrevivir. ¿Está preparado para dar el primer paso hacia el éxito duradero? Hable con uno de nuestros expertos en logística para saber cómo.

