Successful online learning for sustainable last mile logistics

CAPÍTULO 2: Funcionamiento e impactos de la logística de Distribución de Última Milla

UNIDAD 5: Impacto medioambiental y social de la logística de DUM

Cápsula 2.5.5

Expectativas y demandas de los clientes

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

Qué se debe hacer antes de esta cápsula:	1.1.1, 1.2.1, 1.2.4
Cápsula vinculada con:	2.2.2, 2.3.2
Autores:	NVF Consorcio SUSMILE

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

Objetivos de la Cápsula

El objetivo de la cápsula es proponer la organización de un taller (online) con uno o más profesionales de una empresa para que el alumnado aprenda y discuta sobre los requisitos y expectativas cambiantes de los clientes en el campo de la DUM. La interactividad del taller puede basarse en el hecho de que tengan los propios estudiantes probablemente la experiencia de ser clientes.

Categoría	Una propuesta de conferencia	MEC		
		4	5	6
		X	X	X

Ejercicios incluidos	SÍ

Dedicación en la cápsula	Contenido 40 Min.	Ejercicios 20 Min.	Material extra 0 Min.

Contenido

1. Presentación de la persona profesional(es)
2. Resumen de las tendencias y cambios más significativos
3. Resumen de medidas / tecnologías / estrategias
4. Problemas / desafíos más importantes
5. Debate

Instrucciones - preparación

Para organizar el taller, se invitará a un pequeño grupo de expertos a participar en una sesión junto con los estudiantes

A decidir (por el profesor):

- **Reunión online o física:** la ventaja de una sesión online es que los expertos de las empresas pueden estar más dispuestos a participar, ya que requiere menos tiempo y es más flexible. Por otro lado, una reunión física ofrece un ambiente más auténtico, donde los estudiantes pueden sentirse más animados a hacer preguntas e interactuar espontáneamente con los expertos.

- **Un panel de expertos (aprox. 2-6):** Se identificarán expertos preferiblemente de empresas o asociaciones profesionales que aborden regularmente las expectativas y solicitudes de los clientes, pe. responsables de servicio al cliente, directores de marketing, pero también CEOs o personas propietarias de las empresas que establecen estrategias de empresa basadas en las demandas de los clientes.

Instrucciones - preparación

Sugerencias para la selección de expertos

Se pueden aplicar dos procesos posibles: (1) se identifica y contacta directamente a un experto concreto, o (2) se contacta a la institución con una solicitud para recomendar a su experto para la tarea dada.

Ejemplos de expertos/instituciones a las que se puede acudir:

- Empresas privadas – operadores logísticos (servicios postales, servicios de entrega) – B2C y B2B
- Asociaciones profesionales (por ejemplo, asociaciones de operadores logísticos)
- Analistas de mercado y consultores en el campo de la logística
- Especialistas en atención al cliente en el ámbito de la logística

Instrucciones - preparación

Es recomendable que los expertos obtengan previamente una breve información que contenga principalmente lo siguiente:

- el tema del taller y su propósito dentro del curso
- lo que se espera de ellos (basado en el programa del taller que se proporciona más adelante)
- características básicas del grupo de estudiantes (edad, especialización, nivel general de conocimiento en logística)

Instrucciones – programa del taller

1. **Introducción**

a) Presentación de los profesionales: su función y experiencia dentro del sector DUM (incluida una breve introducción de su empresa)

b) Los expertos presentan el panorama de las tendencias y cambios más significativos en las expectativas y demandas de los clientes, según su experiencia

c) Los expertos dan una visión general de las medidas/tecnologías/estrategias que las empresas adoptan para responder a las expectativas y solicitudes

d) Los expertos presentan los problemas/desafíos más importantes encontrados al abordar las tendencias

Instrucciones – programa del taller

2. **Interacción y debate**

a) Los estudiantes comparten sus propias observaciones como clientes de los servicios de entrega.

b) Los estudiantes hacen preguntas, dan sugerencias y discuten sus ideas con los profesionales.

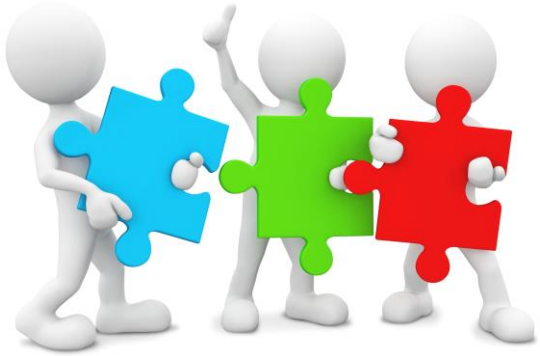
c) Los estudiantes probablemente tengan más experiencia como clientes de servicios B2C. Es por eso que se recomienda fomentar específicamente también una discusión sobre el área B2B con expertos.

Ejercicios

Se puede incluir un ejercicio en el taller.

Por ejemplo:

a) Al principio, se les puede pedir a los estudiantes que anoten brevemente su propia experiencia negativa cuando un servicio de entrega no cumplió con sus expectativas. O pueden pensar en algo si no tienen esta experiencia.

b) Durante el taller se les pedirá que anoten qué harían con el problema si fueran los gerentes responsables de la empresa dada.

c) Al final, los estudiantes comparten sus ideas y se da la retroalimentación de los expertos.