



[10 TIPS]

SOLUCIONES PASO A PASO

Cómo competir con los gigantes del comercio electrónico

Todos quieren subirse a la ola del comercio electrónico, pero muchos sin experiencia, lo hacen sin salvavidas. Tome en consideración estos consejos y evite ahogarse entre las olas.

A pesar del entorno altamente competitivo, es posible que las pequeñas y medianas empresas compitan con los gigantes del comercio electrónico. Simplemente se requiere creatividad, una cadena de abastecimiento fuerte y optimizada y, desde luego, un servicio al cliente ejemplar. Paul D'Arrigo, Vicepresidente de Tecnología de la Información de Spend Management Experts, ofrece estos consejos.

1 Proporcione un servicio al cliente excelente. Asegúrese de que el cliente tenga una gran experiencia desde que visita su sitio web hasta la entrega de última milla, y algunas veces incluso después, cuando haya devoluciones, reemplazos o reembolsos con el proveedor de comercio electrónico.

2 Ofrezca a los clientes seguimiento en tiempo real. Una vez que el pedido se compra y se empaqueta para su entrega, es imprescindible proporcionar a los clientes un seguimiento en tiempo real. También ofrezca opciones para el tipo de en-

trega. En pocas palabras, otorgue a los clientes más control sobre sus compras.

3 Conteste el teléfono. En el entorno actual habilitado para la tecnología, la interacción humana ocupa un lugar importante para proporcionar un servicio al cliente excelente.

4 Piense en Amazon, pero no sea como Amazon. Sea diferente. Puede diferenciarse al ofrecer un producto o servicio únicos. Al mismo tiempo, aprenda de Amazon la forma de administrar sus operaciones.

5 Haga que el lado del servidor de su sitio web sea impresionante.

Asegúrese de que el proceso de compra sea lo más simple posible. Por ejemplo, asegúrese de que los pedidos realizados en línea estén conectados a los procesos de surtido para una entrega al cliente más rápida. Sea transparente con los costos finales de su pedido, incluidos los gastos de envío, para evitar que los usuarios abandonen el carrito de compras.

6 Mantenga la cantidad justa de inventario.

No guarde ni demasiado inventario ni muy poco. Vale la pena considerar un buen sistema de gestión de inventario. Los sistemas de gestión de inventario ayudan a predecir y vincular el inventario disponible entre las tiendas en línea y físicas.

7 Incorpore la logística inversa.

Dependiendo de la categoría de los productos, la tasa de devoluciones promedio puede ser tan baja como ocho por ciento o tan alta como 40 por ciento. Las devoluciones de producto totales representaron una pérdida de ventas de 260.5 mil millones de dólares para los minoristas en 2015, según la Federación

Nacional de Minoristas de Estados Unidos, por lo que es fundamental que sepa cuál es manera más eficiente de que le devuelvan el producto.

8 Administre los costos de envío.

Si bien es importante que los clientes tengan más control sobre sus compras, debe administrar los costos para lograr un crecimiento rentable. Aun cuando la tendencia es hacia tiempos de entrega más rápidos, ¿realmente puede permitirse? ¿Cuáles son sus opciones para optimizar los ahorros en los costos de envío? Considere consolidar los envíos o cambiar a niveles menores de servicio de paquetería.

9 Planifique sus temporadas pico.

Esté preparado para los picos de demanda con suficiente inventario y colabore con sus proveedores de entregas para garantizar la entrega a tiempo.

10 Prepárese para adaptarse rápidamente.

El mercado del comercio electrónico cambia constantemente. No solo debe adaptarse, también debe innovar. Enfrente el reto presentando un producto o servicio nuevos. ■

