

eCommerce: ¿Aliado o enemigo de los Retailers?

La pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2 a inicios del 2020 generó que muchas Industrias tuvieran que frenar sus operaciones, **lo que significó grandes pérdidas para las empresas y sobre todo para aquellos sectores donde el eCommerce no suele ser tan habitual.**

En Latinoamérica, el eCommerce se encuentra en pleno crecimiento y apunta a los países que lideran esta estrategia de comercio, como lo hacen China, Estados Unidos, Reino Unido y Japón, por mencionar algunos.

Uno de los sectores más afectados y a su vez abrió los ojos para fortalecer su Cadena de Suministro con esta estrategia de negocio fue el Sector Retail, que en su mayoría no cuentan con un eCommerce. **Luego del confinamiento generado por la pandemia, ocasionó que algunas de estas empresas lamentablemente quedaran en bancarota, y para algunas otras aceleró la transformación digital de su Cadena de Suministro, pero qué tan complejo es añadir un eCommerce a su operación.**

En sus más de 20 años de experiencia, LDM ha sido partícipe en la transformación de cientos de Cadenas de Suministro, cada una con sus retos en particular, pero con la misma finalidad, satisfacer las demandas de sus clientes con los mejores aliados tecnológicos, el menor tiempo posible y evitando los excesivos costos operativos.

Por ello, es que sabemos que **incursionar en el eCommerce puede ser una tarea un tanto complicada, y una vez que se añade este canal de venta es necesario implementar diferentes herramientas que faciliten las tareas**, utilizando la información que genere la venta online



Una de las principales actividades que afecta directamente la experiencia de compra de nuestros consumidores es la falta de inventario en los puntos de venta.

En el Sector Retail, esto es un error bastante frecuente y para retailers fast fashion, la tarea es un tanto más compleja, siendo uno de los puntos clave para tener una Cadena de Suministro exitosa.



Los inventarios, un dolor de cabeza para el eCommerce del Sector Retail

Imaginemos este escenario, donde una empresa dedicada a la venta de ropa de moda cuenta con algunas tiendas físicas y su eCommerce, y para realizar los pedidos a través de este último tiene a personal asignado a esta tarea, donde su labor es localizar las prendas que son solicitadas por los clientes y enviarlas de la manera más rápida posible.

Hasta este punto, podríamos decir que todo funciona bastante bien, pero qué sucede cuando comienzan a haber **errores en los pedidos**, es decir, **cuando el inventario de cierto artículo comienza a faltar y sus empleados ya han aprobado la compra del mismo en repetidas ocasiones**. Lo más probable es que luego de la devolución de su pedido esos clientes no vuelvan a consumir un producto por su tienda online y genere una ola de malos comentarios en las redes sociales que hoy en día afecta directamente a la reputación de su organización.

Por ello, **una de las principales soluciones a este problema tan frecuente es contar con una herramienta de asignación de pedidos, que facilite esta tarea y se encargue de hacerlo de la manera más eficiente y automática posible**. Volviendo a nuestro escenario imaginario, con la ayuda de esta herramienta no solamente **se incrementa la efectividad en esta área sino además el personal enfocado a atender estos pedidos queda libre para poder ser asignados a otra actividad**.

Los tiempos totales de entrega de los pedidos online, desde que se coloca el pedido hasta que se entrega al cliente se reducen hasta en un 50% con la ayuda de una herramienta de asignación de pedidos.

Otro punto importante a destacar es que en la Industria Fast Fashion, **algunos de los grandes retos es la rotación de los inventarios y la cantidad de producto que se tiene que comprar para su venta sin que el inventario se vea afectado de cualquier forma**, con la finalidad de contar con una cadena de abastecimiento ad hoc a las exigencias y necesidades de sus clientes.

El futuro del eCommerce en el sector Retail Fast Fashion

Se sabe que hoy en día las empresas enfrentan uno de los más grandes retos con la llegada del eCommerce, y con el cambio en los hábitos de consumo de los clientes, para la Industria del Fast Fashion esto implica una fuerte transformación en su Cadena de Suministro.

Algunas empresas ya han comenzado a solucionar este problema integrando diversas herramientas que facilitan el manejo de la información y mejoran la trazabilidad de la mercancía de los Centros de Distribución a los puntos de venta. Un caso particular en el que LDM fue partícipe, la empresa de retail fast fashion cambió la forma en que despacha sus pedidos, ya no solo surtiendo los pedidos desde el CEDIS sino desde las tiendas más cercanas a la localización del cliente, lo que aceleró los tiempos de entrega, **el tiempo de procesamiento inicial de órdenes online se redujo de 4 horas a 10 minutos.**

El monto de pedidos online que no se lograba asignar se redujo en un 85%, así como las líneas entregadas fuera de tiempo, pasando de un 18-25% a un 1-2% luego de implementar las soluciones.

El punto clave para esta transformación es poder contar con inventarios que se actualicen en tiempo real, por la tendencia de compra online y para mantener la experiencia de compra más adecuada para sus clientes. En este punto se vuelve fundamental invertir en la Cadena de Suministro para implementar los aliados estratégicos que faciliten esta tarea.

Aunque el eCommerce en Latinoamérica se encuentra en crecimiento, con las lecciones aprendidas durante la pandemia del SARS-CoV-2 nos hemos dado cuenta que hay mucho trabajo que realizar para poder estar a la altura de los países que dominan este canal de ventas, invirtiendo en tecnología que automatice todo este proceso.

