



Navidad 'ecommerce': tu tienda es Santa Claus; los renos, la logística, ¿cómo cumplir con las entregas?

- *Luego de eventos como el Buen Fin o Black Friday, la temporada navideña es la más importante para los mexicanos, donde consumen más productos online.*
- *Actualmente, los aspectos que más molestan a los consumidores es que llegue su mercancía dañada, seguido de incumplimiento de tiempos de entrega.*

Ciudad de México, XX de diciembre de 2021.— La siguiente historia tiene lugar un par de semanas antes de la Nochebuena, Navidad y Año Nuevo; poco antes de esa época invernal en la que el cariño que sentimos por las personas cercanas especiales, muchas veces es expresado a través de regalos, obsequios que generalmente compramos en línea, en alguna de las millones de tiendas digitales que se preparan cada diciembre para cumplir con los pedidos de sus usuarios. De hecho, luego del Buen Fin, la temporada navideña es la más importante para los mexicanos que consumen *online*, de acuerdo con los [estudios](#).

“En este momento del año, si tienes un ecommerce, éste sería Santa Claus, al tiempo que las herramientas de logística representarían a los renos. Sin ellos, Santa no cumpliría con su misión de entregar los regalos a los niños, lo cual evidentemente sería una verdadera tragedia navideña. Esta alegoría nos releva la importancia que tienen los procesos de coordinación, gestión y transporte de productos desde los lugares de distribución hasta el cliente final”, explica **Oscar Victorin, Co-founder y CDO de [Skydropx](#)**, la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio.

Así que para evitar que los usuarios pasen un trago amargo con sus compras en plena época de paz y amor —cuando las posadas marcan el final de otro año—, los negocios digitales pueden prever una serie de medidas. Con esto en mente, el experto en logística comparte 3 consideraciones para cumplir felizmente con las entregas en esta 'Navidad *Ecommerce*':

La experiencia del comprador

En una era híper digitalizada, donde la conectividad y las plataformas se han vuelto herramientas cotidianas, la [experiencia del usuario](#) se convierte en un factor que determina el éxito del *ecommerce* o tienda con la cuál interactúan los consumidores. Se trata de una base que todo negocio digital debe comprender, sobre todo en momentos especiales como la Navidad, donde si bien crece la demanda de productos, también lo hace la de poder comprarlos de la manera más sencilla, rápida y amena posible. Así, en el comercio electrónico se refiere a cómo se sintió el cliente con su proceso de compra.

En este aspecto se debe ahondar estratégicamente en los factores que influyen en el consumidor y que representan una necesidad de los mismos, a través de las siguientes cuestiones: ¿el producto o servicio que vendo es útil, usable, fácil de encontrar, creíble, deseable, accesible y/o valioso? Esto nos dará claridad para la mejora continua.

Medios de pago electrónico, ¿todos o uno?

Contar con un sistema de pago rápido y sencillo de usar, hace que a los usuarios les parezca fantástica la experiencia de una tienda digital. Y es que conforme más rápido puedan ordenar y comenzar a esperar por su pedido, mejor les parecerá la manera en la que el *ecommerce* opera en Navidad. A esto habría que sumar que una estrategia ideal es que la tienda digital implemente los medios de pago electrónicos disponibles más usados, como son tarjetas de crédito o débito, Paypal, CoDi, transferencia bancaria, depósito, e incluso criptomonedas.

Sin embargo, luego de instalar los [medios de pago electrónico](#) que la tienda haya elegido, hay que considerar un periodo de prueba en el que se analice qué opción no está siendo utilizada por la audiencia, y quizá reevaluar si vale la pena mantenerla o prescindir de ésta.

¿Hasta qué hora entregan DHL, FedEx y demás?

Los tiempos de entrega son fundamentales para cualquier negocio digital, y aún más durante el ajetreo navideño. De hecho, unos de los aspectos que más molestan a los consumidores es el incumplimiento en los tiempos de entrega, según revelan los [datos](#) del sector. Por ello, los *ecommerce* deben establecer u optimizar su logística, lo cual puede partir desde el horario de entrega bajo el que operan las [paqueterías](#).

Por ejemplo, [DHL](#) realiza entregas de lunes a viernes en horario abierto de 9 am a 8:30 pm. Para servicios express nacionales dentro del país, ofrece una variedad de opciones de entregas garantizadas con horario definido para el día siguiente o entregas menos urgentes para fechas determinadas; otro caso es [FedEx](#), la cual requiere que los paquetes se entreguen a primera hora del día siguiente, esto de lunes a sábado. Por otro lado existen opciones locales como [Paquetexpress](#), o bien [iVoy](#), la cual brinda envíos de última milla, con mensajería exprés para empresas y servicio especializado en *ecommerce*. Cada una de ellas ofrece servicios que se pueden adaptar a las necesidades de cada tienda *online*.

“Sin duda, Navidad es un momento en el que las tiendas digitales del país pueden elevar sus ventas, posicionamiento y crecimiento, sin embargo, también se puede convertir en un dolor de cabeza si el servicio al cliente no es lo suficientemente bueno. Para evitar ese escenario, estos tips pueden fungir de guías en el gélido camino por el que deben atravesar los renos y el trineo de Santa Claus, en su largo recorrido para entregar regalos... y provocar felicidad; pues bien, en el ecommerce se trata de lo mismo”, concluye Oscar Victorin.

-o0o-

Sobre [Skydropx](#)

Skydropx es la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio. Reconocida por la AMVO como el mejor *software* logístico para negocios, ha recaudado más de 27 mdd de inversores como 645 Ventures, Base10 Partners, Y Combinator, Sierra Ventures, FJ Labs, Cometa y Dynamo. Atiende a más de 30,000 clientes, con más de 1M de entregas cada mes, lo que la posiciona como la solución número 1 de su tipo en México. Entre sus clientes se encuentran empresas y *startups* como Walmart, Cemex, Claroshop, Conekta, Runa, entre otros, quienes confían en su *software* para gestionar toda su logística.

Skydropx, a través de sus soluciones, permite a los negocios enviar notificaciones de rastreo a sus clientes por medio de WhatsApp y su plataforma *white label* les garantiza una experiencia óptima desde el carrito de compra hasta la entrega en *marketplaces*. También automatiza el proceso de envío gracias a su IA Dispatch que facilita la compra e impresión de etiquetas de envío, seguimiento, estimación de los tiempos de entrega y gestión de devoluciones. Para más información visita <https://www.skydropx.com/>.

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/Skydropx>

Instagram: https://www.instagram.com/skydrop_x/

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sskydropx/>