Logística eficiente impulsará las ventas del Buen Fin

Ciudad de México, 16 de noviembre de 2023.- El Buen Fin 2023 llega con un alto nivel de expectativa de ventas para los retailers del país, así como un desafío mayúsculo en cuanto a entregas de paquetes. Esto debido a que 8 de cada 10 mexicanos tienen intención de comprar algún producto durante el evento; entre ellos la preferencia por la entrega a domicilio es del 86%, de acuerdo con la AMVO.

Lo anterior representa dos cosas: una excelente oportunidad de vender y al mismo tiempo un reto prioritario en establecer un esquema de transporte de mercancías eficiente y optimizado ante la alta demanda. Elegir un proveedor logístico adecuado se vuelve fundamental, ya que las altas posibilidades de concretar una venta exitosa se pueden desplomar por completo si los usuarios, cuando llegan al *checkout*, encuentran tiempos de entrega demasiado largos.

De hecho, de acuerdo con estudios de Oberlo, los procesos de entrega muy largos o mayores a tres días son el factor que provoca, a nivel global, el 22% de los carritos abandonados en el último paso de la compra; problema que le cuesta a los comercios a nivel global hasta 18 mil millones de dólares al año en pérdidas, según Dynamic Yield.

Esto no es casualidad y, por el contrario, tiene una razón de ser. Los consumidores de México y el mundo buscan que los productos que compraron les lleguen al día siguiente o incluso en la misma fecha. De hecho, Amazon indica en un reporte de julio de este año que tan solo en la primera mitad de 2023 entregó 1.8 mil millones de unidades el mismo día de la realización del pedido para sus miembros de suscripción *Prime*; la cifra es cuatro veces lo que entregaba a esa velocidad previo a la pandemia, en el mismo mes de 2019.

Dicho lo anterior, considerando la alta demanda de paquetes a toda velocidad cuando casi el 80% de los mexicanos den clic en el botón "Pagar", las entregas a tiempo se convierten en un factor indispensable si lo que se busca es que el Buen Fin sea una temporalidad que implique un incremento en las ventas sustancial.

- ¿Qué deben hacer las paqueterías?

Desde la perspectiva de Mail Boxes Etc, algunas de las medidas clave que las paqueterías ofrecer a los comercios incluyen:

1. **Optimización de rutas de entrega:** Planificar rutas de entrega eficientes y estratégicas puede reducir significativamente los tiempos de entrega. Utilizar software de gestión de rutas y GPS avanzados puede ayudar a minimizar retrasos innecesarios.

2. **Ampliación de la capacidad de almacenamiento:** Aumentar la capacidad de almacenamiento y contar con minialmacenes estratégicamente ubicados dentro de las ciudades puede facilitar la gestión de la demanda durante eventos como el Buen Fin.

3. **Inversión en tecnología:** La implementación de tecnología de seguimiento, automatización de procesos, visibilidad integral de los datos en un dashboard y sistemas de gestión de pedidos avanzados puede mejorar la eficiencia de las operaciones de paquetería.

4. **Personalización de servicios:** Escuchar las necesidades y preferencias de los clientes es esencial. Ofrecer opciones de entrega flexibles, como entregas en ventanas horarias específicas, puede satisfacer las expectativas de los compradores y fomentar la fidelidad del cliente.

5. **Colaboración con 4PL:** Trabajar con socios logísticos de confianza, como los *fourth party logistics* (4PL), que cuentan con una sólida experiencia e infraestructura propia para gestionar la entrega de pedidos a tiempo, puede ser una estrategia eficaz para garantizar el éxito durante el Buen Fin 2023.

En conclusión, los comercios deben acudir con paqueterías que cuenten con la tecnología y las herramientas necesarias para adaptarse a las cambiantes demandas de los consumidores no solo para mejorar la experiencia del cliente, sino para abonar a que el éxito del Buen Fin sea total en materia de altos niveles de ventas, satisfacción, lealtad y reputación de marca.

-o0o-

Acerca de Mail Boxes ETC

Mail Boxes ETC es una compañía que ofrece soluciones empresariales de logística que permiten generar ahorros mediante soluciones hechas a la medida del cliente. Desde el inicio, Mail Boxes ofrece una experiencia de servicio extraordinaria y personalizada, basada en el uso de tecnología. Con presencia en 44 países del mundo y más de 2,600 tiendas a nivel global, así como 61 franquicias distribuidas en 20 ciudades de México, Mail Boxes ofrece soluciones integradas a una gama de servicios especializados en envíos, empaque e impresiones que derivan en ahorros para los clientes, entendiendo las necesidades y haciendo posible lo imposible.