



Cómo impulsar el 'fulfillment' de tu negocio digital hacia el futuro del comercio electrónico

- *En el comercio electrónico, el fulfillment hace referencia al proceso que va desde la selección de un producto en la tienda digital, hasta que éste se prepara, envuelve y entrega en la puerta en el tiempo establecido.*
- *De acuerdo con el estudio “El futuro del retail” de Euromonitor desarrollado para Google, el comercio electrónico en México crecerá 226% hacia el 2025.*

Ciudad de México, XX de diciembre de 2021.— A menudo, cuando pensamos en las compras digitales solemos enfocarnos en ese momento en que el usuario hace *click* y realiza su compra; sin embargo, el espíritu del comercio electrónico va más allá: involucra que ese producto esté listo en el inventario, sea preparado, envuelto, enviado y finalmente recibido por el cliente en tiempo y forma. En suma, para el *ecommerce* el *fulfillment* (cumplimiento o satisfacción) lo es todo. Se trata de un proceso integral en el que cada parte debe encajar a la perfección.

“Si bien el fulfillment es una parte importante y llena de desafíos del proceso logístico, si una tienda online establece un modelo eficiente de cumplimiento o satisfacción, su negocio crecerá más rápido, podrá vender más y posicionarse frente a la competencia. Y ya que éste parte desde la intención de compra, lo más prioritario es construir un proceso de mejora continua, tomando como punto de referencia la experiencia del cliente, y con base en los principales factores que influyen en toda la cadena”, 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.

Con esto en mente, el experto comparte 3 tips para impulsar el *fulfillment* en los negocios digitales de cara al futuro del comercio electrónico, el cual crecerá 226% hacia 2025, de acuerdo con los [resultados](#) del estudio “El futuro del retail”, de Euromonitor para Google:

1. La experiencia de navegación

Una navegación sencilla en el sitio web o *marketplace* de la marca es fundamental. Ahí comienza parte del encanto de las compras *online*. Por ello, es determinante que la experiencia en la plataforma sea fácil, intuitiva y sin complicaciones. Aquí también es clave una buena ficha del producto, con la descripción completa de los artículos, su función, materiales, medidas, fotos y otro tipo de información gráfica. Asimismo, contar con diferentes métodos de pago, mejora la rentabilidad del negocio y la satisfacción del consumidor.

2. Un *tracking* sencillo

Mostrar el proceso de seguimiento hará que los usuarios estén informados de su compra. Una buena estrategia es adoptar soluciones que permitan seleccionar y automatizar notificaciones

para los clientes, desde el “tu paquete ha sido enviado”, pasando por “tu paquete será entregado hoy” y el “tu paquete ha sido entregado”, lo cual generará una mayor confianza hacia la tienda. Para cumplir con esta parte del *fulfillment* es necesario un [tracking sencillo](#) que permita ser claro y honesto con los clientes, lo cual dará puntos extras en cuanto a la transparencia que necesitan los usuarios a la hora de realizar sus compras.

3. Inventarios y disponibilidad

Un tercer elemento clave es el de la disponibilidad; es decir, es importante tener al día el inventario, ya que está comprobado que cuando se ofertan productos que se encuentran agotados en los almacenes se crean malas experiencias. En este punto también es necesario mantener bien calculados los pedidos y capacidad máxima diaria de éstos. Esto permite no sobreexplotar la capacidad y mejorar la precisión. Así, al mantener estos datos actualizados y bien delimitados se podrá mejorar el compromiso de entrega, escalar y crecer.

4. Control de calidad

Finalmente, hay que subrayar el [control de calidad](#). Los clientes del *ecommerce* no son particularmente felices cuando ocurren errores en sus pedidos. Por lo que realizar controles de calidad continuamente prevé cometerlos. De esta manera hay que revisar cada paso del proceso logístico, desde la llegada del producto, *picking*, embalaje, hasta el envío.

“En conclusión, eficientar el fulfillment se posiciona como uno de los principales retos para el futuro del ecommerce, sobre todo si observamos que en los próximos tres años esta actividad digital representará el 24% del total de las ventas del sector retail en México. Comenzar desde ya a mejorar los procesos logísticos debe ser una tarea primordial para las millones de tiendas que forman parte de esta tendencia en crecimiento”, concluye **Oscar Victorin**.

-oOo-

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/>