



E-FULLFILMENT Y OPERADORES LOGISTICOS



Comercio Electrónico

CONFERENCIA EUROPEA DE LOGISTICA E INTERNET

Zaragoza 30 de octubre de 2001

César López
Responsable Comercio
Electrónico
SEUR ESPAÑA





Comercio Electrónico

SUMARIO

- Hipótesis de partida en relación a la logística de Comercio Electrónico
- Aportación de internet a la logística
- Requerimientos logísticos generales en Comercio Electrónico
- Caso práctico
- Modelos logísticos en Comercio Electrónico (esquema)
- Conclusiones

HIPOTESIS DE PARTIDA EN RELACION AL COMERCIO ELECTRONICO

■ *En cuanto a la logística*

- Aparición de nuevos negocios con necesidades logísticas específicas.
- Desintermediación de la cadena de valor (envíos cada vez más fragmentados y frecuentes  nuevo nicho de mercado
- Creciente integración tienda-logística-envío
- Envíos urgentes vs no urgentes
- Criticidad de la atención al cliente para generar confianza y fidelizar
- Operativas especiales no existentes o mejorables en la actualidad (entregas con valor añadido, nocturnas, vespertinas, recogidas-entregas simultáneas)
- Ingresos variables para un retorno de la inversión a medio-largo plazo  APUESTA

APORTACION DE INTERNET A LA LOGISTICA

EJEMPLOS EN SEUR DE LOGISTICA CENTRADA EN EL VALOR AÑADIDO



SERVICIO 24 h DE REPARACIÓN Y REPUESTOS INFORMÁTICOS

- TIEMPO MÁXIMO DE SERVICIO: 3 HORAS DESDE LA LLAMADA DEL CLIENTE
- SERVICIO A CUALQUIER LOCALIDAD DE MÁS DE 20.000 HABITANTES
- EJEMPLO: GENERAL ELECTRIC MED. SYST.



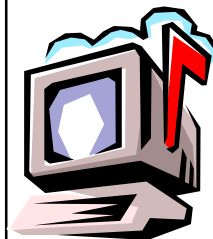
LOGISTICA DE PRODUCTO

- RECEPCIÓN, ALMACENAJE , MANIPULACIÓN Y PREPARACIÓN Y ENVÍO DE PRODUCTO FINAL Y MATERIAL PROMOCIONAL COMPLEMENTARIO
- TIEMPO DE ENTREGA CRÍTICO: ELEVADA PUNTA DE ACTIVIDAD INCLUIDO FIN DE SEMANA
- RÍGIDO NÚMERO DE ERRORES MÁXIMO PERMITIDO
- EJEMPLO: CHANEL



LOGISTICA PROMOCIONAL

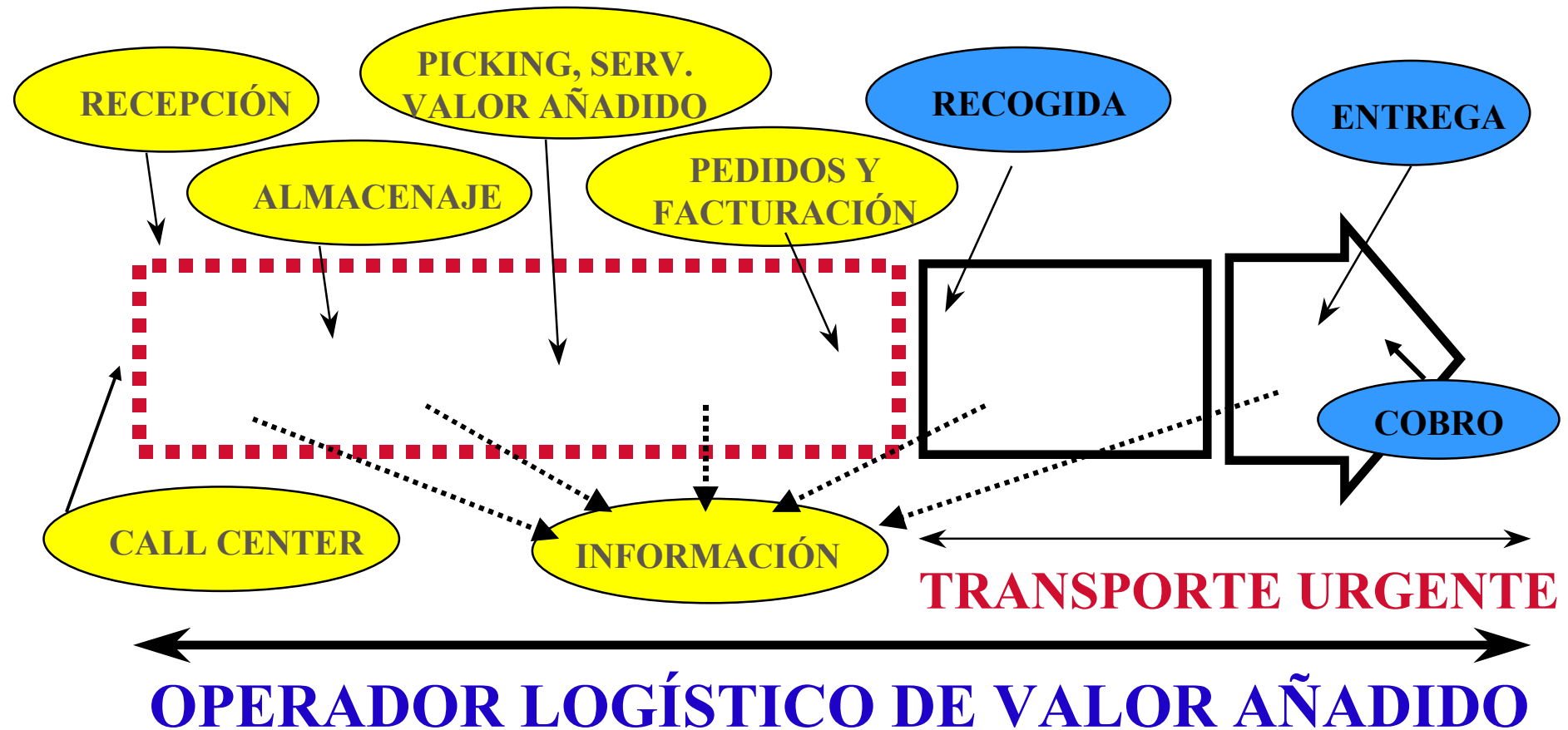
- GESTIÓN DE LA COMPRA DEL REGALO, ALMACENAJE, EMPAQUETADO, AVISO AL CLIENTE, ENVÍO 24 H
 - MILES DE REGALOS EN UN PLAZO DE 2 SEMANAS
 - GESTIÓN DE DEVOLUCIONES, INFORMES Y ESTADÍSTICAS
- EJEMPLO: PROCTER & GAMBLE



LOGISTICA PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

- RECEPCIÓN, ALMACENAJE , MANIPULACIÓN Y PREPARACIÓN Y ENVÍO DE LOS PRODUCTOS DE UNA TIENDA VIRTUAL O UN MALL
- OPERATIVA 24H, ÁMBITO MUNDIAL
- ELEVADA PERSONALIZACIÓN DE OPERACIONES
- OPERACIONES COMPLEMENTARIAS: CALL CENTER, INTEGRACION CLIENTES, ETC.

LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



APLICACIÓN DE INTERNET A LA DISTRIBUCION: LOS E-SERVICIOS

Antes de Internet

CLIENTE ESPORADICO

- Solicitud de tarifas, envíos y seguimiento de expediciones vía telefónica

CLIENTE CODIFICADO

- **Volumen Bajo**
 - Gestión de pedidos telefónica
 - documentación de expediciones manual
- **Volumen medio-alto**
 - Integración de sistemas
 - Documentación de expediciones en la instalación del cliente

Con Internet

PARA TODOS LOS CLIENTES

- Consulta de tarifas
- Información de servicios
- Solicitud de recogida/envío
- Documentación y etiquetado de envíos
- Consultas de situación de envíos, para cliente SEUR o destinatario de cliente SEUR.
- Aviso automatizado de status de envios (vía mail, sms, otros,)
- Interacción en la resolución de incidencias de entrega
- Gestión de reembolsos
- Descarga de ficheros

APLICACIÓN DE INTERNET A LA LOGISTICA INTEGRAL

Gestión On Line de toda la información logística para todos los clientes con independencia de su producción

- Aviso y confirmación de recepciones
- Control y situaciones de stock (disponibles, retenidos, reservados, defectuosos, etc.)
- Alta/baja de artículos
- Alta/Baja de Proveedores
- Comunicación de órdenes de Pedidos
- Consulta y descarga de situación de envíos
- Control de Pagos (Reembolsos y Portes Debidos)
- Informes de actividad
- Descargas de ficheros on-line

EJEMPLO DE CREACION DE PEDIDOS DESDE LA WEB

SISTEMA LOGÍSTICO INTEGRADO - S.I.L. - BLAS MATILLA DOMINGUEZ

Acción Editar aYuda

Altas Pedidos de Salida(Empresa: 1 Instalacion: 01 Almacen: 01)

Pedido de Salida

Cliente:

División:

Acción:

Pedido: Tipo Pedido: ?

Cabecera

Urgencia: ?

Fechas:

F. Recepción:

F. Prevista de Salida:

Numeración:

N.Pedido Módem:

N.Pedido Cliente:

N.Pedido Destinatario:

N.Pedido Acción:

Datos Reenvio:

Ped. origen:

Motivo: ?

F.A.R.S.:

Código: ?

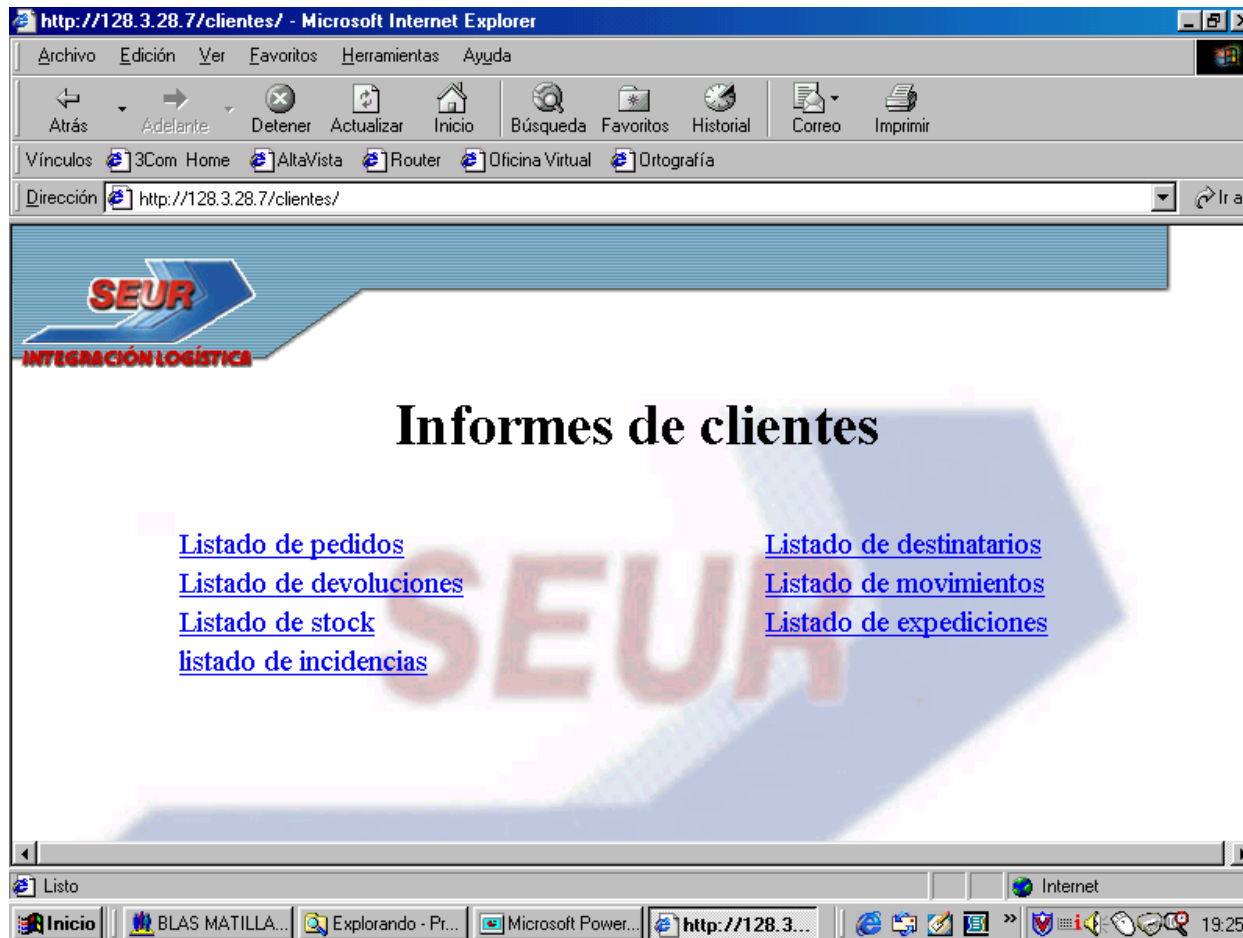
Valor:

Denominacion.
Count: *0

Inicio | BLAS MAT... | Explorando... | Microsoft P... | Crystal Rep... | SISTEM... | 19:29



EJEMPLO DE INFORMES DE CLIENTES DESDE LA WEB



EJEMPLO DEL RECURSO DE INFORMES DESDE LA WEB

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer window titled "Crystal Report Viewer - Microsoft Internet Explorer". The address bar contains the URL: `http://128.3.28.7/iberautor/listado%20de%20pedidos.rpt?user0=usrseu&password0=usrseu`. The report content includes the SEUR logo and the text "Integración Logística".

Fecha: 4-jun-2001
Página 1 de 1
Hora: 19:24:31

LISTADO DE PEDIDOS:
Cliente: TODOS LOS CLIENTES
Desde el : 1 1 2001 **Hasta el :** 1 6 2001
Destinatario(s) : TODOS LOS DESTINATARIOS

FECHA	PEDIDO	EXP. SIL	EXP. TT.	DESTINATARIO	DIRECCION	BULTOS
9-may-2001	11692	11856	000004	FONDO DE CULTURA ECONOMICA	VIA DE LOS POBLADOS S/N	1
9-may-2001	11706	11922	900003	IBERAUTOR.TIENDA	BARBARA DE BRAGANZA 7	1
9-may-2001	11708	11923	900033	LIBRERIA DE TEATRO LA AVISPA	SAN MATEO 30	3
9-may-2001	11713	11924	900037	ROSA CAROU	BARBARA DE BRAGANZA 7	1
31-may-2001	13338	13968	900033	LIBRERIA DE TEATRO LA AVISPA	SAN MATEO 30	2

REQUERIMIENTOS LOGISTICOS GENERALES EN COMERCIO ELECTRONICO

Logística de Almacén

- Gestión de pedidos ágil
- Errores mínimos en la confección de pedidos
- Tiempos fiables
- Flexibilidad y personalización
- Ventanas horarias amplias
- Operativa 7/24/365 idealmente
- Gestión de stocks: control roturas, mínimos, reservados, devoluciones.
- Fluidez en la comunicación y transacciones con proveedores del cliente
- Sistemas de información integrados y detallados

Logística de Distribución

- Fuerte Capilaridad (clientes en cualquier parte, domicilios particulares)
- Seguimiento de expediciones en tiempo real
- Calidad y fiabilidad de las entregas
- Alcance nacional y mundial
- Amplia gama de servicios básicos (gama horaria) y complementarios (reembolso, POD, etc)

CASO PRACTICO

DESCRIPCION DE MODELO DE NEGOCIO

- **ACTIVIDAD:** Comercialización de productos de alimentación e higiene infantil y familiar.
- **CANAL DE VENTA:** Catálogo, teléfono e internet.
- **LOCALIZACION:** Madrid.
- **VOCACION:** Nacional.
- **VOLUMEN DE ENVIOS:** Valle de 125 pedidos/día.
- **TICKET MINIMO DE VENTA:** 10.000 pts.
- **ALGUNOS FACTORES DE ÉXITO:**
 - Competitividad del precio.
 - Target muy identificado y homogéneo.
 - Mercado existente, la demanda se genera de forma natural.
 - Combinación de canales de venta.
 - Alto nivel de servicio logístico
 - Impacto razonable de los costes logísticos en el producto.
 - Volumen de pedidos razonable y estable

DESCRIPCION DE ESCENARIO LOGISTICO (1)

- Modelo “Logística Integral”, con un solo interlocutor para todo el proceso logístico
- Recursos dedicados:
 - Almacén lógico
 - Base de personal de almacén y gestión constantes.
- Gestión de preparación de pedidos mediante radiofrecuencia por artículo
- Alto nivel de servicio logístico:

Tipo de Pedido	Ambito del servicio
Entrega Tarde mismo día	Local
Entrega Mañana día siguiente	Local
Entrega Tarde día siguiente	Local
Entrega durante el día siguiente	Local/Nacional

DESCRIPCION DE ESCENARIO LOGISTICO (2)

- Gestión de la información.
 - Integración de sistemas informáticos conteniendo:
 - | Previsión y confirmación de recepciones de mercancía
 - | Control y situaciones de stock (disponibles, retenidos, reservados, defectuosos, etc.)
 - | Alta/baja de artículos
 - | Alta/Baja de Proveedores
 - | Comunicación de órdenes de Pedidos
 - | Comunicación de status de pedidos/envíos
 - | Gestión de reembolsos
 - 4 intercambios diarios de información
 - Uso de la web de logística como soporte complementario de gestión de la información.

PROXIMOS PASOS

- Mantener/mejorar el nivel de servicio logístico a nivel local.
- Igualar el nivel de servicio logístico a nivel nacional, realizando una gestión multialmacén y permitiendo el servicio mismo día en el mayor número de poblaciones posibles a nivel nacional.



Flexibilidad, personalización y escalabilidad

MODELOS LOGISTICOS EN COMERCIO ELECTRONICO

MODELOS LOGISTICOS EN COMERCIO ELECTRONICO (esquema)

ANALIZADOS SEGÚN LAS TIPOLOGIAS DE CLIENTES

- Clientes de “Sólo transporte” con un solo origen
- Clientes de “Sólo transporte” con varios orígenes
- Clientes de “logística integral”
- Clientes de “logística integral + transporte”
- Clientes prescriptores de “logística integral o transporte”

CONCLUSIONES

- Internet y el Comercio Electrónico representan para los operadores logísticos, no solo una nueva fuente de negocio con particularidades logísticas propias, sino también una optimización de sus procesos en su negocio tradicional.
- No todos los modelos de negocio en C.E requieren los mismos modelos o diseños logísticos.
- Hay que tener en cuenta la realidad logística de cada país y sus costes, en el momento de concepción del negocio virtual.
- Un operador logístico debe aportar especialización, variabilidad en los costes, escalabilidad y compromiso.
- La evolución de internet y el comercio electrónico en España y, en general, en el mundo, provocará grandes cambios operativos e inversiones económicas cuantiosas en los operadores logísticos, si quieren mantener su competitividad en el mercado.