

Los casilleros de paquetería están transformando el comercio electrónico

RICOH
imagine. change.

Una nueva red de casilleros de paquetería está cambiando la última parte del proceso de entrega en Sudáfrica a medida que el comercio electrónico sigue creciendo en el país.

La hipercompetitividad, la globalización y los elementos tecnológicos desestabilizadores han tenido al mercado sudafricano expectante durante los últimos 10 años, y es probable que la situación no cambie tan pronto. Ya no se trata del que tiene la mayor flota de vehículos, más almacenes o el mejor precio: ahora consiste en contar con inteligencia previsoras precisas y la capacidad de actuar sobre la misma en un contexto localizado.

“El mercado minorista es volátil y así seguirá siendo”, comenta Brett Sauerman, gerente comercial de comercio electrónico en DSV Sudáfrica. “Ahora más que nunca, las decisiones de compra logradas y las ventas repetidas son producto de la experiencia y el valor que ofrece la marca, así como los precios. En lo que respecta a la logística, el sector se ve presionado a ofrecer regularidad y diferenciación, a medida que la mercantilización de los servicios sigue impulsando la reducción de costes. En la actualidad, una colaboración de éxito con el cliente depende en gran medida de la capacidad del proveedor logístico de brindar nuevas tecnologías que aporten valor sin que el cliente lo pida”.

De acuerdo con Sauerman, DSV Sudáfrica reconoció y se preparó a tiempo para la migración de los volúmenes B2B tradicionales (como el flete y la paquetería) a B2C. En 2013, la empresa invirtió en casilleros inteligentes, sabiendo que pasaría tiempo antes de que el servicio fuese comercializable, pero comprendiendo que el consumidor acabaría por impulsar su adopción.

A principios del 2018, tras una considerable diligencia debida, DSV firmó un contrato de suministro con TZ Limited y Ricoh Sudáfrica para mejorar y expandir su red de casilleros. Con su amplia experiencia en implementaciones efectivas por todo el mundo, TZ y Ricoh demostraron con éxito contar con una oferta tecnológica y de innovación de servicios capaz de estar a la altura de la agresiva expansión y los objetivos de servicio de DSV, de acuerdo con Sauerman.

“Al aplicar un pensamiento innovador en toda la organización, DSV ha podido comercializar sus soluciones centradas en el consumidor en un período de tiempo muy

corto”, prosigue. El importante equilibrio entre ofrecer servicios básicos sistemáticamente y la inversión en tecnologías emergentes ha resultado ser una estrategia provechosa para DSV y sus clientes”.

Sauerman considera que la tasa de aceptación en el mercado de los casilleros de paquetería está directamente ligada a la capacidad de los clientes de comprender la propuesta de valor y de comunicar dicho valor a sus

consumidores. “Para acelerar la tasa de aceptación, es necesario esforzarse en educar al público acerca del servicio: comunicarle que el servicio minorista en línea se ha ampliado y que ahora ofrece a todos los consumidores un acceso sencillo y sin compromiso a los servicios relacionados con la mensajería a través de los casilleros de DSV”, explica.

Planes futuros En diciembre de 2018, se habían instalado unos 200 casilleros inteligentes, y el objetivo es la expansión por todo el país a finales del 2019. La mayoría de casilleros de DSV están situados en zonas residenciales.

Los nuevos servicios ya se están desarrollando y se van a lanzar a principios del 2019, de acuerdo con Sauerman. “Varios sectores se beneficiarán enormemente con estas nuevas implementaciones y estamos ansiosos por mostrar nuestro progreso y compartir los beneficios con nuestros clientes y, a la vez, con sus consumidores”, explica.

Para que DSV pueda mantener su posición en Sudáfrica, debe conservar su actual dinámica, tarea más sencilla que nunca según el mercado se vaya dando cuenta de las ventajas ofrecidas por los casilleros

inteligentes que ofrece. “Asimismo, somos conscientes de que, al sensibilizar al mercado con respecto a los casilleros inteligentes, también creamos oportunidades para los competidores en este nicho”, añade Sauerman.

“Estamos comprometidos a anticiparnos a las demandas del mercado mediante la innovación, el desarrollo continuo y la prestación de servicios basada en una inteligencia previsoras. Será la convergencia de dicha inteligencia con nuestros comprobados conocimientos prácticos operativos y aptitudes la que nos permitirá mantenernos por delante de los competidores”.

DATOS CLAVE

- Los proveedores de servicios logísticos deben ofrecer tecnologías que aporten valor para seguir siendo competitivos
- DSV Sudáfrica lleva invirtiendo en casilleros inteligentes desde 2013
- En diciembre de 2018, había instalados 200 casilleros inteligentes de DSV

RICOH
imagine. change.

DSV