



MASTER CLASS

LAS CLAVES LOGÍSTICAS DEL ÉXITO, E-COMMERCE, LA OMNISCANALIDAD Y LOS NUEVOS RETOS DEL E-FOOD.



Foro CyLoG, punto de encuentro del sector logístico en Castilla y León, ha organizado el pasado 13 de diciembre una *master class* sobre los procesos logísticos del e-commerce, que desarrollada por D. José Luis Morato, -Socio Director de la consultoría de logística Retos Logísticos, y profesor de Operaciones y Logística en la escuela de negocios EAE Business School-, daba respuesta a tres preguntas que se realizaba el ponente a modo de introducción:

✓ ¿Por qué la logística es parte clave del éxito de un e-commerce?

- ✓ Diferencias entre la logística y el transporte B2B y B2C.
- ✓ Cuáles son las dificultades de los e-commerce de alimentación y las distintas temperaturas?

El ponente comenzó su exposición con dos reflexiones respecto al comercio electrónico:

“El comercio electrónico es un sector que proporciona a las pequeñas empresas la oportunidad de igualarse con las grandes multinacionales”.

“Montar una tienda online no es una cuestión informática, es una cuestión estratégica y de negocio”.

José Luis Morato expuso “la teoría del huevo Kinder”, que relación experiencia con realidad y expectativas a la hora de comprar en comercio electrónico, en la que se concluye que la experiencia basada en el cumplimiento de las expectativas del usuario determinará la fidelización de ese cliente con la marca/producto.



LA TEORÍA DEL HUEVO KINDER

Experiencia = Realidad - Expectativas

•La principal barrera de entrada al comercio electrónico reside en su propia naturaleza, ya que el cliente está depositando su confianza en la adquisición de un artículo a través de un portal online y no tiene la capacidad de interactuar físicamente con el producto.

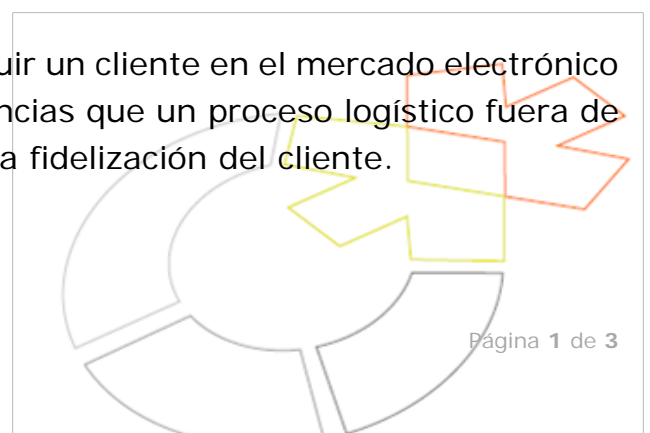
•Paga previamente por un artículo que llegará días más tarde a sus manos por otras “manos”.

•La experiencia basada en cumplimiento de expectativas de ese usuario determinará la fidelización de ese cliente con la marca/producto.



#RetosLogisticos

La ponencia continuó sobre el coste de conseguir un cliente en el mercado electrónico contra el coste de mantenerlo, y las consecuencias que un proceso logístico fuera de control de una tienda on-line puede tener en la fidelización del cliente.





José Luis Morato detalló a continuación la íntima relación entre e-commerce y logística, afirmando que el proceso logístico se entiende por las distintas fases por las que pasa un producto desde que se realiza un *checkout* hasta que el cliente recibe el paquete, proceso en el que hay distintas etapas:

- ¿Dónde está el stock?
- Confirmación del pedido.
- Preparación.
- Picking.
- Embalaje.
- Expedición.
- Entrega.

A continuación el ponente desglosó los retos del e-food, el comercio electrónico del sector de la alimentación, y como el consumidor está evolucionando cada vez más hacia el canal online, y los grandes *retails* tradicionales no pueden ser ajenos a esta tendencia, recogiendo algunas opiniones sobre los principales problemas:



- ✓ Los fabricantes están hartos de los "frikis on line" que les han pedido condiciones de distribuidor + muestras gratis y se han vendido "2 cajas".
- ✓ Hay muchos portales de *e-commerce* muertos / inactivos de fabricantes de empresas con poca marca, tenemos 1 cementerio de *e-commerce* de food.
- ✓ La caída de uno de los que se suponían grandes ha provocado muchos impagos que crean un efecto "alerta" que no se volverá a confiar en el próximo proyecto on line gourmet.
- ✓ A esto hay que sumar el bajo margen del sector, la predilección a día de hoy del usuario por el consumo offline y los altos costes de logística, que tiran por tierra los esfuerzos en la negociación.
- ✓ Incremento del efecto ROPO (*research ON LINE, purchase OFF LINE*) que empujará a marcas y fabricantes a entrar en el mundo online.
- ✓ En alimentación el 14% de los usuarios buscan información online (comparación de precios) pero el 90% compran offline.



- ✓ Al final, la forma de mirar el mercado online (que supone no estar) sería una combinación entre el 1% de compra online y el 14% que busca online, representando un total de un 15% del mercado.



José Luis Morato pasó a exponer su visión de la estrategia necesaria para el correcto desarrollo del *e-food*, en la que considera que el sector de la alimentación tiene una historia de éxito por escribir, si bien la hoja de ruta aún no está totalmente clara.

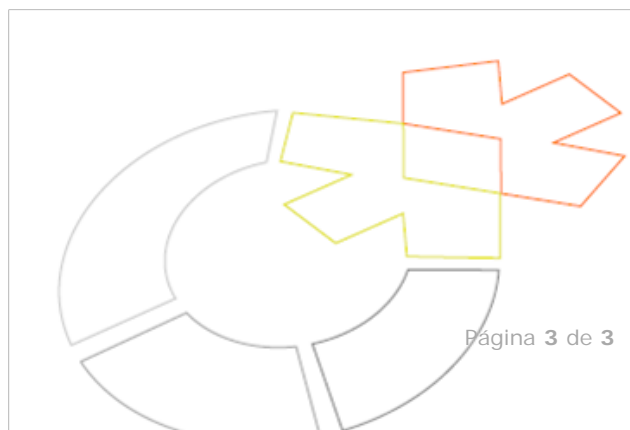
Se expusieron las claves de éxito en este tipo de comercio electrónico, en la que se considera imprescindible un eficiente cumplimiento de los plazos de entrega y mantenimiento de la cadena de frío y de la trazabilidad. Es necesario aportar valor al proceso logístico del comercio electrónico, no solo es transportar el producto hasta el cliente, hay que aportar más.

Para finalizar su ponencia, José Luis Morato detalló las estrategias que a su entender deben afrontar las empresas interesadas en el *e-food*, así como las características claves en la distribución de mercancías bajo temperatura controlada, y las condiciones objetivo del e-commerce.



A continuación se abrió un interesante debate en el que los asistentes pudieron exponer sus dudas, preguntas y consideraciones a lo expuesto en la ponencia.

Para finalizar se ofreció un vino español durante el que se continuó el debate sobre la ponencia, permitiendo un intercambio de opiniones más amplio entre los asistentes.





Foro CyLoG, el punto de encuentro de los expertos en transporte y logística de Castilla y León, tiene el placer de invitarle a la **Master Class** que organiza sobre los procesos logísticos del e-commerce, que se celebrará en el **Hotel Novotel**, Calle Puerto Rico s/n, de **Valladolid**, el próximo **martes 13 de diciembre a las 18:00 h.**

La *Master Class* tendrá como título **Las claves logísticas del éxito e-Commerce, la omnicanalidad y los nuevos retos del e-Food**, y se desarrollará bajo tres preguntas que el ponente, **D. José Luis Morato Gómez**, realiza:

- ❖ ¿Por que la logística es parte clave del éxito de un e-Commerce?.
- ❖ Diferencias entre la logística y el transporte B2B y la B2C.
- ❖ ¿Cuales son las dificultades de los e-Commerce de alimentación y las distintas temperaturas?.



José Luis Morato Gómez es Socio-Director de la consultoría logística y *supply chain* Retos Logísticos.

Realiza una gran actividad como consultor, docente, conferenciante, investigador y emprendedor. Experto en Supply Chain, Operaciones y Logística.

Fue fundador de la consultora BPP, y de LOGÍSTICA A LA HORA. En 2013 fundó el operador logístico ATHOS LOGÍSTICA. Es profesor de Operaciones y Logística en la escuela de negocios EAE Business School.

A la finalización se servirá un vino español.

Se ruega confirmación de asistencia.