

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

Sumário

- 8 **Entrevista**
David de Paulo Pereira
- 14 **Radar**
Novidades, números e curiosidades da tecnologia
- 16 **Raio-X**
Smart TV Samsung Neo QLED 4K
- 18 **Opinião**
Como melhorar a experiência do usuário no e-commerce?
- 20 **Opinião**
Inteligência artificial: uma ameaça aos profissionais digitais?
- 22 **Matéria de capa**
WooCommerce
- 34 **Reportagem**
Logística de entrega
- 42 **Inovação**
Startups nacionais e estrangeiras com ideias disruptivas
- 44 **Top 5**
Ferramentas com IA
- 46 **Multimídia**
As dicas de empreendedorismo do universo digital
- 48 **Profissionais de internet**
Prestadores de serviços que podem auxiliar seu negócio
- 50 **Tendências**
Soluções tecnológicas com potencial de revolucionar o mercado

Para falar com a redação:

☎ (11) 3544-0444

Para fazer sua assinatura:

☎ (11) 3038-5050

✉ locaweb@europenet.com.br



O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

34
//reportagem / o bê-à-bá das entregas

O bê-á-bá das entregas

DO FECHAMENTO DA COMPRA
AO TRANSPORTE: COMO AS PMES
DEVEM PLANEJAR SUA LOGÍSTICA
PARA TRANSFORMAR VISITAS EM
CLIENTES RECORRENTES

BIANCA BELLUCCI

Após o cliente finalizar uma compra online, iniciam-se os trâmites de logística. Trata-se de um processo que busca realizar o envio do produto com o melhor custo e de maneira rápida e segura. Vale destacar que essa dinâmica tem se posicionado como uma das mais determinantes no e-commerce, pois, para 49% dos brasileiros, o prazo de entrega fala mais alto - superando, inclusive, o preço (33%). Os dados são de uma pesquisa do

Capterra, ferramenta de comparação de softwares para empresas.

Essa demanda pela entrega, porém, é um fenômeno recente, que se tornou uma necessidade no mercado com a chegada da Amazon. Em 1994, a empresa de Jeff Bezos elevou a conveniência de comprar online a níveis nunca vistos. Depois de experimentar o frete gratuito oferecido aos clientes Prime, por exemplo, muitos compradores passaram a exigir o mesmo de outros varejistas online.



O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023
Locaweb - SAO PAULO-SP



O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

36

//reportagem / o bê-à-bá das entregas

A empresa ainda otimizou a experiência de comprar online por meio de recursos como "Compre agora com 1-clique", recomendações personalizadas, e coleta de pacotes em hubs e armários da Amazon.

Apesar de a dedicação ao modelo ter iniciado entre as grandes corporações, uma boa gestão logística também deve estar no radar das pequenas e médias empresas (PMEs). Isso porque, além de ajudar a reduzir custos, a área tende a validar a qualidade do serviço e, assim, conquistar a confiança dos clientes. Dessa forma, quem quer manter um relacionamento de longo prazo com sua base precisa pensar com carinho em todas as etapas do processo.

Primeiros passos

A logística de entrega eficiente começa com um planejamento estratégico, que contempla todas as etapas de envio. Em linhas gerais, são cinco passos principais: recebimento do pedido, separação dos itens, embalagem, etiquetagem e transporte. Cada estágio deve ser feito com cuidado e dentro do prazo. Isso será essencial para evitar criar uma bola de neve de atrasos.

"É de suma importância que o lojista tenha um planejamento logístico. Se não tiver cuidado e controle do estoque e não estiver atento aos prazos de entrega, pode correr o risco de perder clientes e ter sua reputação manchada por má gestão", alerta Éder Medeiros, fundador e CEO da plataforma de fretes Melhor Envio.

Especialista em gestão de negócios, Rica recomenda o uso de tecnologias para gerenciar o recebimento do pedido e a análise da reputação dos clientes



Direto ao ponto

Rosinda Angela da Silva, professora do curso de Logística no Centro Universitário Internacional (Uninter), preparou um passo a passo para facilitar o entendimento sobre as etapas da logística de entrega. Confira:

- 1 Assim que o pedido é recebido e faturado, os colaboradores devem ir até o estoque e separar os itens comprados pelo cliente;
- 2 Uma segunda conferência tem de ser realizada, e, na sequência, o pedido deve ser embalado e identificado com código de barras ou QR Code;
- 3 A caixa é encaminhada para a expedição da empresa. Ali, o pedido é novamente checado, e a nota fiscal é emitida;
- 4 A transportadora retira a mercadoria na empresa e leva-a até o cliente, que deve receber um alerta de que o item está a caminho de seu endereço.

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

//reportagem / o bê-à-bá das entregas **37**



Se o empreendedor não tiver um planejamento logístico, corre o risco de perder clientes e manchar sua reputação ”

Éder Medeiros, fundador e CEO do Melhor Envio

Para o primeiro passo, a dica é contar com tecnologias que vão receber o pedido e analisar a reputação do cliente. “Independentemente do software utilizado pelo empreendedor, as plataformas costumam congregam uma série de informações. Entre elas, a análise de se aquela pessoa vai conseguir pagar o produto e se as informações

para emissão da nota fiscal estão corretas”, explica o especialista em gestão de negócios Rica Mello.

Depois que a empresa entendeu que esse pedido não vai gerar problemas ou prejuízos, ela deve separar os itens armazenados no estoque e passá-los para a área de embalagem.

Em ambos os momentos, o lojista deve contar com

uma equipe treinada para manusear os produtos. “Essas pessoas são as últimas a ter contato com o pedido antes de ser entregue ao cliente. Sendo assim, precisam compreender que é importante para a empresa que o item chegue intacto às mãos do consumidor”, diz Rosinda Angela da Silva, professora do curso de Logística no Centro Universitário Internacional (Uninter).

Preparação do pedido

A embalagem é a primeira impressão que o cliente terá sobre o seu negócio. Portanto, é legal investir em modelos que sejam visualmente agradáveis, mas, mais do que isso, sejam capazes de proteger a integridade e a qualidade do produto. Isso também garante maior credibilidade ao serviço e oportuniza novas vendas.

A Luckau, por exemplo, produz uma linha completa de chocolates zero açúcar, bem como opções funcionais e veganas. Isso significa que foi necessário pensar em um modelo de embalagem que pudesse conservá-los intactos no processo de entrega.

“Trabalhamos com um produto que, por não possuir conservantes, é sensível a altas temperaturas. Por isso, o cuidado se inicia logo após a liberação do pedido. A expedição avalia o clima, e, caso seja inviável fazer o envio, comunicamos isso ao cliente, para que ele não fique sem um posicionamento claro”, comenta Karine Suellen, especialista em e-commerce na Luckau.

//revista**locaweb**

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

SS

//reportagem / o bê-à-bá das entregas

Se o pedido puder ser despachado sem complicações relacionadas à temperatura do exterior, os itens são enviados em caixas de isopor, com proteção extra. Dentro da embalagem, são estrategicamente posicionados, em cubagens predefinidas, para que não fiquem soltos durante o transporte – correndo risco de sofrer danos.

Nascida em 2019, a empresa passou a investir nesse modelo de embalagem um ano depois, quando identificou aumento de 300% nas vendas, por conta da pandemia de covid-19. “Uma boa gestão de entregas garante a satisfação do cliente e, em consequência, nos traz aumento de recorrência e faturamento no e-commerce”, aponta a porta-voz.

Ainda nesse contexto, dependendo do seu nicho de mercado, vale a pena trabalhar com diferentes tamanhos de embalagem. Usar caixas grandes para transportar produtos pequenos, por exemplo, pode impactar a experiência do cliente – além de ser um desperdício de matéria-prima. Aqui, vale também optar por materiais recicláveis, pois a sustentabilidade é um dos assuntos em alta no setor e deve crescer nos próximos anos.

“Entretanto, isso não significa que se a empresa tiver 500 produtos diferentes, serão necessários tantos tamanhos de embalagem. Na prática, uma análise crítica



A embalagem deve cumprir seu papel logístico, que é proteger o produto e facilitar manuseio e transporte”

Rosinda Angela da Silva, professora do curso de Logística na Uninter

deve ser realizada para que o pacote cumpra seu papel logístico, que é proteger o item e facilitar manuseio e transporte”, conta Rosinda.

Uma vez que o pedido foi devidamente embalado, chega a hora de etiquetá-lo. Essa é a etapa na qual a encomenda é identificada com os dados de entrega, como nome e endereço do

destinatário. “Geralmente, opta-se pela utilização de código de barras, que vai facilitar fazer consultas e localizar o pedido no sistema. Assim, toda vez que a mercadoria tiver uma nova movimentação, o software vai disponibilizar essa atualização para a empresa e o consumidor”, aponta Carolina Chagas

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

39

//reportagem / o bê-à-bá das entregas

Carolina,
do Centro
Universitário
Cesuca,
destaca que
o sistema
de gestão
garante a
segurança
tanto da loja
quanto do
consumidor



Prates, coordenadora do curso de Logística do Centro Universitário Cesuca.

Em seguida, o pedido deve ser encaminhado para um local de armazenamento e espera. A etapa abrange métodos de conservação e proteção dos itens que serão destinados para os centros de distribuição. Por fim, envolve, ainda, um controle de entrada e saída de mercadorias até que as transportadoras as recolham e finalizem a entrega.

Opções de transporte

O empreendedor tem à disposição diferentes modalidades de transporte para que o produto chegue até o consumidor. É possível, por exemplo, realizar as entregas por conta própria, com ajuda de caminhões ou motoboys. Nesse caso, no entanto, será necessário dedicar um tempo para traçar um roteiro dos percursos que serão utilizados nas entregas.

Carolina destaca que esse modelo vai envolver uma série de elementos – dentre eles, a escolha do veículo mais adequado, a padronização da experiência e conduta dos profissionais encarregados de transportar os pedidos, o controle dos prazos de entrega, e até questões externas, como a situação das vias e a autonomia de combustíveis.

Já para os empreendedores que não querem se preocupar com todas essas variáveis, a melhor alternativa é investir na terceirização das entregas. A forma mais prática de as PMEs trabalharem com essa

Modalidades de frete

Com a pandemia de covid-19 e a impossibilidade de comprar em lojas físicas, o consumidor passou a exigir que seus pedidos chegassem mais rápido na porta de casa.

Para suprir essa necessidade recente – e latente –, o ideal é que o lojista disponha de mais de um tipo de entrega. Assim, dará ao cliente a oportunidade de escolher o que melhor atenda às suas necessidades no momento.

Dentro desse contexto, a dica é oferecer pelo menos duas opções. A entrega econômica, por exemplo, é uma modalidade de frete mais barata, mas tem um prazo maior. Já os envios expressos tendem a ser mais caros, porém, são despachados em menor tempo.

A loja de chocolates Luckau, por exemplo, oferece as modalidades econômica, rápida e express. No último caso, os pedidos são despachados no mesmo dia quando efetuados até às 12 horas – ou em até um dia útil após esse horário. “Nossa entrega expressa atende clientes da Grande São Paulo e da região do ABC Paulista”, comenta Karine Suellen, especialista em e-commerce da marca.

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP

40

//reportagem / o bê-à-bá das entregas

modalidade é apostando em hubs como o Melhor Envio. Tais plataformas permitem cotar diferentes transportadoras e valores de frete, sem precisar negociar contratos individuais.

“Essas plataformas fecham contrato com as transportadoras e repassam ao empreendedor o preço de entrega mais barato. Isso sem contar que é difícil para o lojista cadastrar todos os valores de frete para cada produto do catálogo. Os hubs de logística, por sua vez, já mostram as diferentes modalidades e quanto custa cada uma por padrão”, ressalta Rica.

Aqui, o pulo do gato para escolher a melhor transportadora para o seu negócio está em entender como ela funciona, pois cada uma conta com regras específicas de recolhimento e entrega. Matheus Fraga, cofundador da marca de roupas fitness Beast Mode, recomenda que o empreendedor observe o horário de corte de cada empresa, por exemplo. É ele quem vai definir se os pedidos feitos até determinada hora serão despachados no momento ou somente no dia seguinte.

Com a transportadora ideal selecionada, a dica é monitorar constantemente a qualidade do serviço prestado pelo parceiro. “Analisar o tempo de entrega, o estado dos produtos e o nível de satisfação dos clientes. Essa avaliação ajuda a identificar possíveis falhas no processo e a corrigi-las, melhorando a qualidade da

Matheus, da Beast Mode, alerta: na hora de escolher um parceiro logístico, não se esqueça de considerar o horário de corte das entregas



Samuel, da Beast Mode, recomenda que as PMEs sempre acompanhem a qualidade do serviço prestado pelo parceiro logístico. Isso permite identificar falhas e corrigi-las

logística”, ressalta Samuel Lessa, o outro fundador da Beast Mode.

Processo contínuo

O empreendedor não pode esquecer que a logística não termina após o pacote ser despachado,

mas sim quando o cliente confirma o recebimento. Para ser capaz de acompanhar esse processo de ponta a ponta, a recomendação é contar com um sistema de gestão. “Essa ferramenta indica o status do envio em tempo

O bê-à-bá das entregas - 01/03/2023

Locaweb - SAO PAULO-SP



Karine, da Luckau, lembra que as PMEs devem buscar embalagens que possam garantir a qualidade e a integridade do produto durante o transporte

41
//reportagem / o bê-à-bá das entregas

real e traz mais transparência para o procedimento. Ao mesmo tempo, se não houver ninguém no endereço e a entrega não puder ser concluída, essa informação também vai constar no software", destaca Carolina, do Centro Universitário Cesuca.

Do lado do comprador, a plataforma vai auxiliá-lo no rastreamento do pedido. Geralmente, assim que o produto é coletado, o cliente é informado via e-mail de que o item está a caminho. "Em caso de qualquer intercorrência, a transportadora nos sinaliza imediatamente, para que possamos entrar em contato com o consumidor e mantê-lo sempre atualizado", explica Karine, da Luckau.

Mesmo com a entrega concluída, é importante manter o relacionamento com o consumidor. "Se o lojista fizer gestão e atendimento de qualidade, conquistará a confiança do consumidor, que pode retornar ao e-commerce e realizar uma nova compra. Portanto, essa é uma vantagem para os dois lados: o visitante fica satisfeito, e o empreendedor ganha um possível cliente recorrente", destaca Éder, do Melhor Envio.

Vale reforçar que, para manter a logística sempre em dia, é indispensável ouvir os clientes a todo momento. Entender os feedbacks do público a respeito das entregas e de como foi a experiência de compra (de maneira geral) pode ajudar as PMEs a realizar melhorias e seguir prosperando.

Logística reversa

Para prestar atendimento de qualidade e tornar o negócio ainda mais confiável, um diferencial que o lojista pode oferecer é o serviço de logística reversa. Trata-se de um processo específico para que a devolução do produto comprado possa ser realizada de forma fácil. A dinâmica depende do motivo do consumidor, indo desde a presença de avarias e o tamanho da peça (no caso de roupas e calçados) até as expectativas frustradas.

"O processo é simples. Após a solicitação de devolução ou troca, o lojista deve pedir um código de postagem ou uma etiqueta de envio para a transportadora ou gestora de fretes responsável pela entrega. Após esse processo, é de responsabilidade do cliente realizar a postagem – mas o custo do serviço fica por conta da empresa", explica Éder Medeiros, fundador e CEO da plataforma de fretes Melhor Envio.

Uma vez que o produto foi postado, é gerado um código de rastreamento. Com ele, o cliente poderá acompanhar todo o processo de logística reversa e aguardar o reembolso da compra ou o envio de uma nova mercadoria.