Ecommerce. Paso a paso para la construcción del canal online

Charla Nro 4.

Plataformas de e-commerce y soluciones logísticas. Cómo seleccionarlas.

COMBINATORIA

WINES OF ARGENTINA

LINK GRABACIÓN

Ecommerce

Paso a paso para la construcción del canal online

Acerca de este ciclo | Roadmap

- **Charla 1.** Ecommerce: ecosistema de canales y análisis del consumidor**.**
- **Charla 2.** Planificación del canal online. Plan de negocio, producto, precio y promoción.
- **Charla 3.** Organización y decisiones para lanzar. Consideraciones para vender al exterior
- **Charla 4.** Plataforma de e-commerce y soluciones logísticas. Cómo seleccionarlas.
- **Charla 5.** Marketing Ecommerce. Entendiendo el marketing para la tienda online y trazando el camino.

Logística.
Cómo elegir un operador logístico.

Logística. Aspectos a evaluar.

Consideraciones básicas

- Depósito y fulfillment o Retiro por Bodega
- Frecuencia de retiro.
- Entrega en punto de retiro.

- Tiempos de entrega. En CABA, en Interior.
- Tarifas por distancia y variación por bultos.

Logística. Aspectos a evaluar.

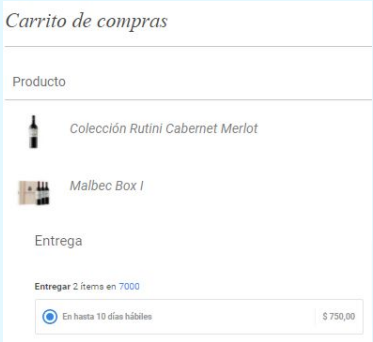
Otras Consideraciones

- Integraciones.
- Tracking | Seguimiento de pedidos.
- Logística inversa.
- Atención / soporte.

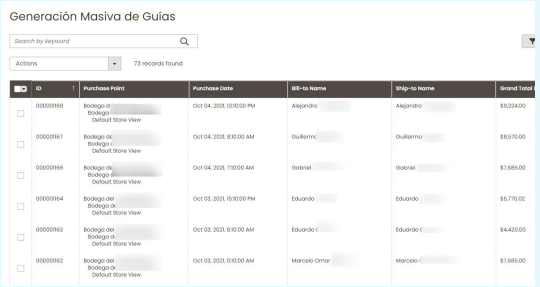
Integraciones

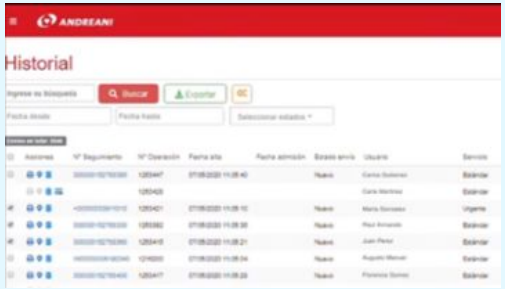
Integración Frontend y Backend

Integración Front End



Integración Back End





Integraciones

Integración en Front End

- Poca relevancia en esta industria.
- Analizar incidencia de inversión en la plataforma
- Alternativas
  - Tarifa Plana
  - Tarifas fijas por zona
- Ventajas de la integración
  - Trasladar precio exacto al consumidor
- Ventajas de alternativas
  - Comunicación simple

Integraciones

Integración en Back End

- La evaluación en backend es Operativa
- Tiempo de carga manual de operaciones (y costo de eventuales errores)

  Vs

  Costo de integración
- +pedidos → >importancia integrar

Elegir un operador logístico

Tipos de operadores logísticos

Los 4 grandes

- Andreani (hoy es el más expandido), OCA, Correo Argentino, Urbano.
- Proveedores grandes de alcance nacional
- Suele ser la solución más sencilla para salir
- Servicios con almacén o con retiro
- Un poco más caros

Pymes logísticas

- Logísticas tamaño pyme con alcance nacional a través de acuerdos (Ejs: Klozer, Zuiden, Global Truck, Shipnow).
- Suelen ser más accesibles, flexibles.
- Suelen tener mejores costos.
- Las integraciones pueden ser menos sólidas.
- Shipnow, nace orientada al ecommerce.
- Evaluar entrega local (24/48 hs en CABA y GBA)

Mensajería - locales

- Empresas de motomensajería locales, que se sumaron al ecommerce (Motonorte, Envío Pack, eLogística).
- Son de alcance local para combinar con otras empresas.
- Entrega en el día a buenos costos.

Elegir un operador logístico

Tipos de operadores logísticos

Clásicos de la industria

- Camionera, Expreso Luján, Andes Mar. Logísticas tradicionales que trabajan con bodegas, también abren su área e-commerce.
- En etapa de maduración en cuanto a integraciones
- Puede ser cómodo y accesible la centralización.

Última milla, más modernas

- Empresas jóvenes y modernas. ADN Ecommerce.
- Moova y Treggo trabajan con formato Rappi.
- Tiempos de entrega en el día.
- Suelen ser urbanos.
- Suelen ser económicos.

Plataformas multi operador

- Shipro, Envío Pack, Zippin.
- Plataformas que agrupan y supervisan múltiples operadores logísticos. ADN Ecommerce.
- Centrados en el servicio.
- Buscan la mejor opción según origen y destino dentro de un alcance nacional.

Envío Gratis

Lo que hay que saber

1.- Según **Comscore** el 50% de los consumidores de ecommerce minorista consideran el envío gratis como **el factor más importante** en la decisión de compra.

2.- Hacer envío gratis significa asumir un X% de la facturación como costo logístico. *Ej: Si un pedido tiene un ticket de 20 USD y un costo de envío de 10 USD.* **La incidencia de la logística sería un 50%**.

¿Puedo hacer envío gratis en todos los pedidos?

Envío Gratis

Decisiones y acciones necesarias

1.- Determinar en mi modelo de negocio, la incidencia de **costo de envío / Facturación** que puedo asumir.

2.- Establecer el **mínimo límite de envío** gratis posible para no superar la incidencia calculada en el punto 1.

Ej: Si determiné un 10% de incidencia asumible, y mi costo de envío promedio es de 10 USD, mí límite de envío gratis será menor o igual a 100 USD.

Elegir la plataforma de e-commerce

Elegir la plataforma de e-commerce

Conceptos fundamentales

1.- **Desarrollo a medida** hace tiempo que no va más. **Soluciones propietarias pequeñas** tampoco.

2.- Existen **muchas plataformas** de e-commerce. **Cada una con sus ventajas** y desventajas y más o menos adecuadas en función del tipo de negocio.

3.- Entender cuál o cuáles son las plataformas **adecuadas "para mi"** y luego seleccionar proveedor especialista.

Elegir la plataforma de e-commerce

Tipos de Plataformas de E-Commerce

Clasificación por tipo de solución

- Soluciones SaaS.
- Soluciones Open Source.

Solución por línea (Entry level, Reserva y Gran Reserva 😉)

- Soluciones básicas (Entry level)
- Soluciones profesionales (Reserva)
- Soluciones premium (Gran Reserva)

Elegir la plataforma de e-commerce

Características a evaluar: funcionales y no funcionales.

Funcionales

- Sliders y Banners. Flexibilidad. Gestión.
- Motor de Promociones.
- Comunicación. Pop up. Wapp.
- Atributos. Filtros. Venta cruzada.
- Plataformas de pago. Checkout.
- Integración con operadores logísticos.
- Integración con ERP y otros sistemas.
- Flexibilidad de la home.
- Features avanzados. Precio por botella. Guía por bulto.

No Funcionales

- Escalabilidad Funcional.
- Flexibilidad Funcional.
- Mantenibilidad, Actualizaciones.
- Estabilidad.
- Performance.
- Seguridad.
- Escalabilidad Visitantes.
- Costos de licencias.
- Costo de soporte. Costo de servidor.

Elegir la plataforma de e-commerce

Open Source vs SaaS (Software as a service)

Soluciones Open Source

- Escalabilidad Funcional
- Alto nivel de customización
- Sin costos variables
- Mayor capacidad en integraciones
- Costo de soporte y de servidor

Soluciones SaaS

- Mantenibilidad y actualizaciones transparentes
- Estabilidad y escalabilidad de visitantes
- Performance
- Seguridad
- Costo de licencia de uso

Tipos de plataforma

	Open Source	SaaS		
Premium	Grupo Peñaflor, Bodegas Salentein	Magento	VTEX	Rutini Wines, Luigi Bosca, Bodegas Escorihuela	Alta inversión, Alta escalabilidad, Alto Soporte, Personalización
Avanzadas	Susana Balbo, Familia Schroeder, Humberto Canale, Bodega Trapiche	Magento Dablox (Magento by Dablox), PrestaShop	shopify	Bodegas Bianchi, Finca Flichman	Inversión gradual, Profesional, ROAS, Extensibles
Básicas	Malma, Bodega Putruele	WooCommerce	tiendanube, contextus, WiX, mercado shops	Montevieja, Clos de los Siete, El Porvenir, Altos	Baja inversión, Imagen limitada, < integraciones, Salida veloz
	Alta escalabilidad, Personalización	> Riesgo, > Costo Fijo	Estabilidad, Actualizaciones	Seguridad, > Costo Variable	

Ecommerce

Paso a paso para la construcción del canal online

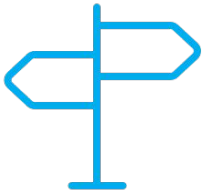
Próximo Encuentro

Charla 5

Marketing Ecommerce. Entendiendo el marketing para la tienda online y trazando el camino.

MARTES 23/11

3pm (ARG)



¡Gracias!

Andrés Rodríguez
Director comercial
www.combinatoria.com.ar

Mail: arodriguez@combinatoria.com.ar
Móvil: +54 9 11 5854-9610
Fijo: +54 11 5263 -2520