

LOGÍSTICA PARA COMÉRCIO ELETRÔNICO



Como desenvolver as
competências logísticas
do seu negócio




Sumário

1. Panorama da logística no e-commerce	05
1.1 Os pilares do e-commerce	06
1.2 Processo atrás do balcão	08
1.3 Logística com diferencial	09
1.4 A nova logística	10
1.5 Planejamento	15
 2. Os processos logísticos	 16
2.1 Principais fatores que afetam a logística	16
2.2 Produtos e área de atuação	17
2.3 Plataforma e logística	18
2.4 Processo e pessoas	20
2.5 Aspectos importantes do processo logístico	21



Sumário

3. Boas práticas logísticas	25
3.1 O que é expedição?	25
3.2 Rastreamento do produto	26
3.3 Transporte	27
3.4 A logística reversa	28
3.5 Custos do transporte	29
3.6 Como se relacionar com o cliente?	32
3.7 Indicadores de <i>performance</i>	34
3.8 Como utilizar os indicadores?	35
 Conclusão	 36





INTRODUÇÃO

A origem da palavra logística vem do grego e significa armazenagem, distribuição e transporte de mercadorias e serviços de uma empresa. Portanto, agindo de maneira lógica e inteligente, a logística entrega os produtos de maneira eficiente. O objetivo é propiciar condições para que as micro e pequenas empresas desenvolvam as competências logísticas do seu negócio. A capacitação é voltada para empreendedores de pequenos negócios interessados em ganhar mercado e visibilidade na *web*.

1 Panorama da logística no *e-commerce*

Nos últimos anos, o comércio eletrônico vem apresentando um crescimento acelerado, e a tendência é que o faturamento do setor continue aumentando. Diante desse cenário, muitos empreendedores hoje já possuem uma loja virtual ou têm alguma forma de realizar vendas *on-line*.

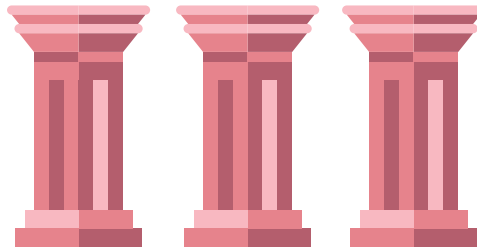
No entanto, quem vende no mundo virtual, ou quer vender, precisa saber que o relacionamento com o cliente pode enfraquecer caso você deixe de entregar o pedido, não entregue no prazo ou faça o envio errado do produto.

Portanto, é fundamental entender sobre a logística no *e-commerce*.

O consumidor *on-line*, depois de uma compra, deseja que seu produto chegue rápido. Por isso, antes de realizar uma compra pela internet, muitos consumidores, além de comparar preços, pesquisam a reputação de entrega da empresa.

Assim, é necessário ter um planejamento logístico para o seu comércio eletrônico, além de estruturá-lo de acordo com os pilares do *e-commerce*.

1.1 Os pilares do e-commerce



O comércio eletrônico tem três pilares: **venda**, **processo** e **entrega**. Juntos eles garantem a qualidade da loja virtual.

Conheça melhor cada um deles:

Venda – É a entrada do circuito. É tudo aquilo que acontece antes do pedido entrar para a loja. Começa pela atração do consumidor até a loja, a análise do cliente, onde ele balanceia o produto com preço, a confiança constatada no *site*, e a promessa do produto, frete e prazo.

Processo – Para cada venda realizada, o processo interno da loja é executado. *E-mails* de confirmação, baixa no estoque, emissão da nota fiscal, empacotamento, despacho, telefonemas, resolução de dúvidas, informações contábeis e vários outros itens compõem esse processo. Esse pilar visa garantir que o pedido chegue cumprindo a promessa realizada na venda.

Entrega – O momento da entrega é onde todo o trabalho e a percepção da qualidade que o cliente tem pela loja são validados. A loja deve se esforçar para que o produto chegue em perfeito estado, a embalagem bem elaborada e preservada, e se possível surpreender positivamente o comprador. Nesta fase cabe à empresa validar se os pilares estão bem estruturados, e a melhor forma de fazer isso é perguntando ao próprio cliente.

1.2 Processo atrás do balcão

Chamado também de *backoffice*, que visa garantir que o produto certo chegará até o cliente no tempo combinado.

É nesse processo que podem ser evitados problemas de codificação, separação, embalagem ou transporte dos pedidos. Tais problemas podem gerar a insatisfação do cliente e comprometer suas vendas futuras.

Portanto, além de criar um bom visual para sua loja ou *site*, dê a devida importância para os procedimentos que o cliente não vê (atrás do balcão), pois eles também impactam na percepção sobre o seu negócio.





1.3 Logística como diferencial

Uma logística eficiente é um dos fatores essenciais para o sucesso do *e-commerce*. A compra entregue no tempo certo ou até mesmo antes do prometido pode surpreender a clientela e favorecer a fidelização.

Por isso, você, empreendedor, poderá utilizá-la como um diferencial competitivo.

Empresas que trabalham com logística reversa, rastreamento e localização dos pedidos e produção descentralizada se destacam dentro do comércio eletrônico.

1.4 A nova Logística

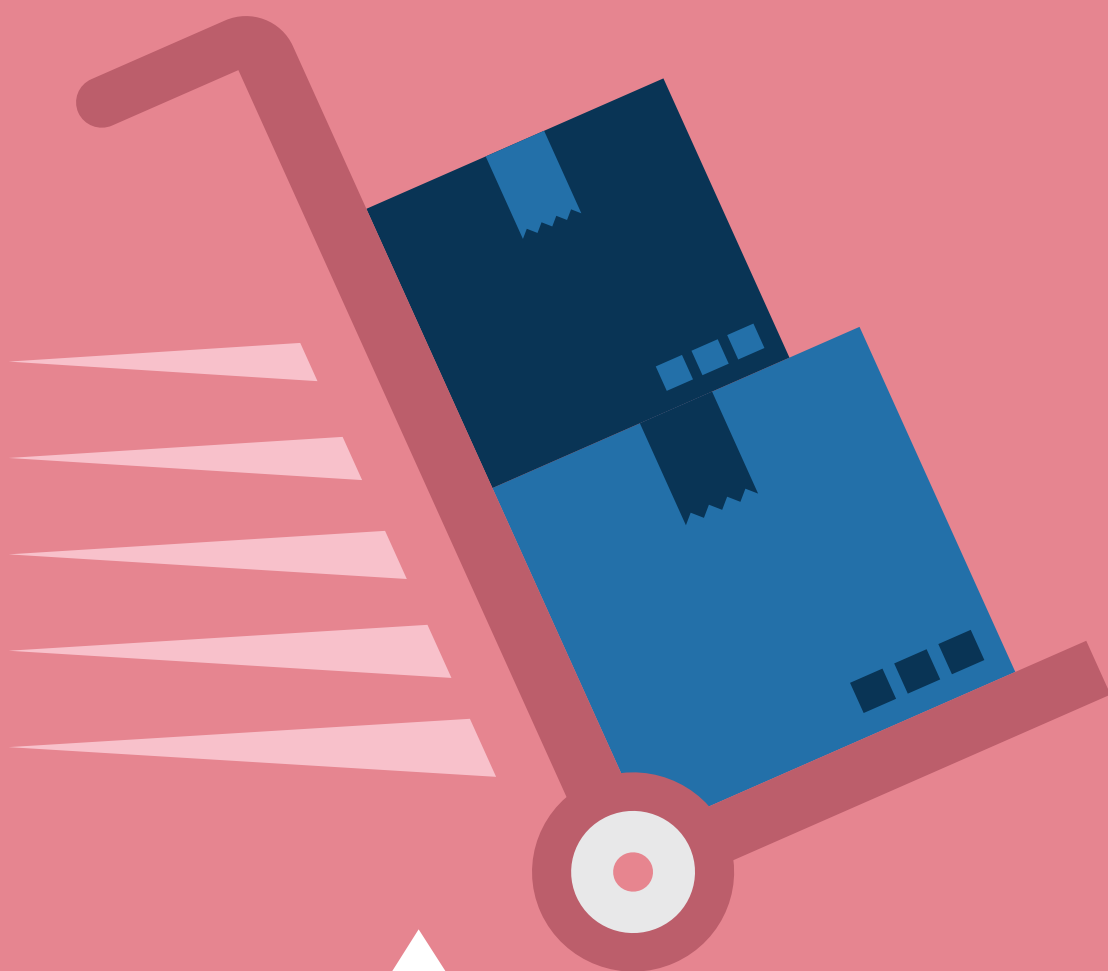
O planejamento logístico do *e-commerce* tem algumas peculiaridades se comparado ao comércio tradicional.





Velocidade e preço

A velocidade de entrega hoje é tão importante quanto o preço do produto.



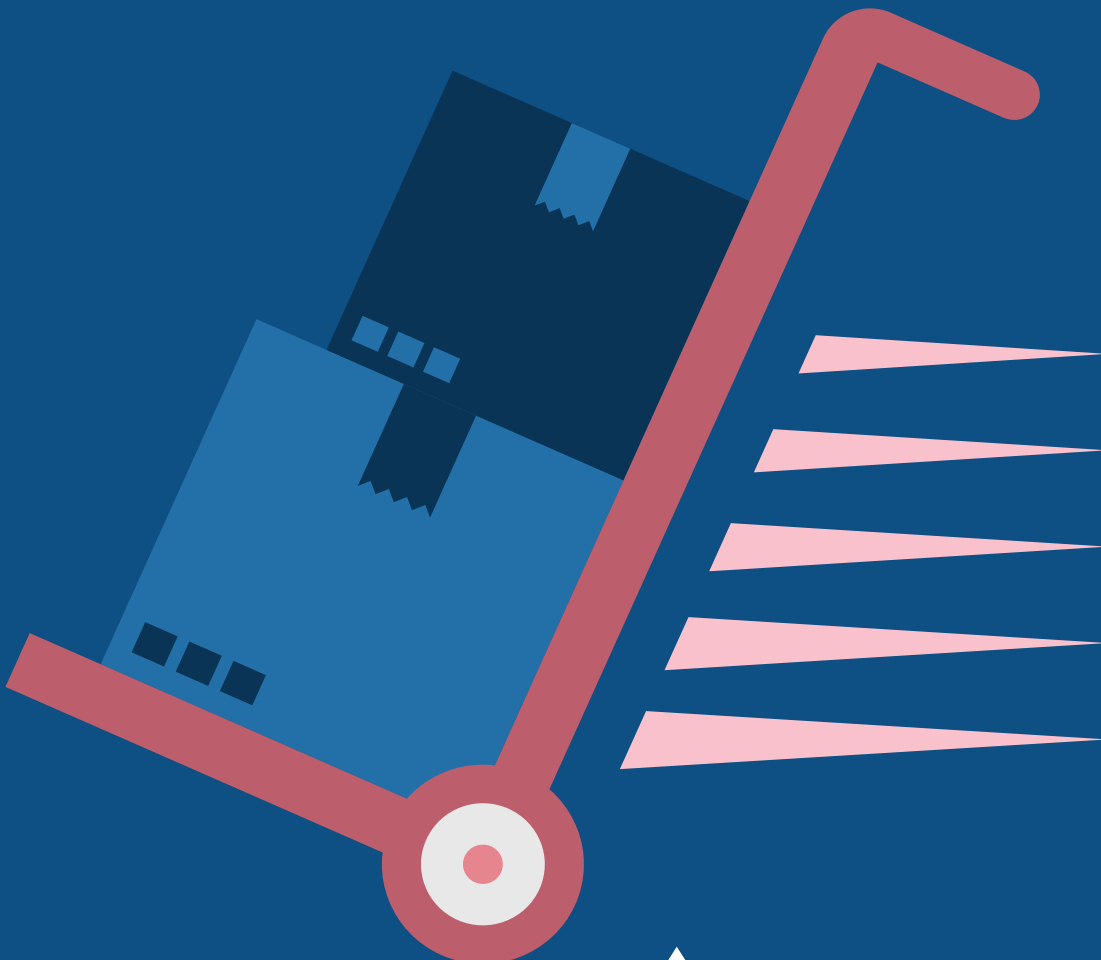
Gestão da empresa

Gerir um negócio significa comprar bem, vender e ter condições de entregar.



Logística reversa

É preciso estar atento às eventuais devoluções. Este processo é chamado “logística reversa”. Aqui no Brasil, o comprador tem até 7 (sete) dias depois que receber a mercadoria para solicitar a devolução.



Rastreamento e localização

Com a internet, é possível rastrear automaticamente todo o processo de entrega e detectar quaisquer problemas antes que o cliente perceba que a sua encomenda não chegou. Exemplos: sistemas de GPS, permitem a localização de fretes e trazem segurança e qualidade de atendimento, tecnologia de RFID – etiquetas de identificação por radiofrequência, permitem localizar uma encomenda em depósitos.



1.5 Planejamento

A logística é um ponto-chave para o sucesso do seu comércio eletrônico, planeje um bom processo de entrega.

É claro que apenas ter um plano não garante sucesso, mas aumenta a probabilidade das ações da sua empresa darem certo, uma vez que foram considerados os principais pontos do negócio.



2 Os processos logísticos

2.1 Principais fatores que afetam a logística

Algumas peculiaridades afetam a logística e podem ser problemas para a maioria das lojas virtuais, independente do tamanho.

São elas:

- ▼ **Produtos**
- ▼ **Área de atuação**
- ▼ **Plataforma**
- ▼ **Processo e pessoas**



2.2 Produtos e área de atuação

Dependendo do tipo de produto comercializado, serão necessárias ações especiais com relação à logística para não afetar o processo da entrega. São elas:

- Determinar as características e as necessidades dos clientes, assim como a quantidade, dispersão geográfica e a frequência da compra.
- Determinar as características essenciais dos produtos quanto à perecibilidade, às dimensões e aos graus de padronização.
- Definir o tipo de transporte, o sistema de equipamentos e armazenagem utilizados, a tecnologia da informação, entre outros.
- Avaliar as características ambientais relativas às condições locais, à umidade e à temperatura.

2.3 Plataforma e logística

Custos

É preciso saber os valores das mensalidades ou do pacote de hospedagem e fazer uma planilha com a projeção de gastos.

Finalidades

A plataforma escolhida deve adequar-se ao perfil do seu negócio, oferecendo as ferramentas necessárias para a gestão da loja virtual.

Integração

As plataformas precisam ser compatíveis com outros sistemas, a exemplo de operadoras de crédito, Correios, redes sociais e transportadoras.

▶ **Segurança**

A seguridade do *e-commerce* é indispensável, uma vez que são realizadas transações que demandam dados sigilosos dos clientes.

▶ **Integração do sistema**

A plataforma deve estar integrada com o *software* de gestão ou emissor de nota fiscal, além do rastreamento pelos Correios e/ou transportadora.

▶ **Rastreamento**

Para facilitar esse processo são usadas etiquetas com códigos e feitos pontos de controle, de modo a integrar a empresa com a transportadora. As empresas que não possuem estrutura de logística própria contratam terceiros.

2.4 Processo e pessoas

A gestão das micro e pequenas empresas por meio de indicadores de desempenho não é somente o gerenciamento de telas de computador, planilhas ou gráficos. Essencialmente, é uma escolha correta dos indicadores de desempenho e de um processo de gestão com foco no resultado da empresa.

Um dos fatores críticos do sucesso em uma loja virtual é ter os **processos muito bem definidos** e a determinação de quem executará cada atividade, assim como é importante medir o desempenho por meio do uso de indicadores.



2.5 Aspectos importantes do processo logístico

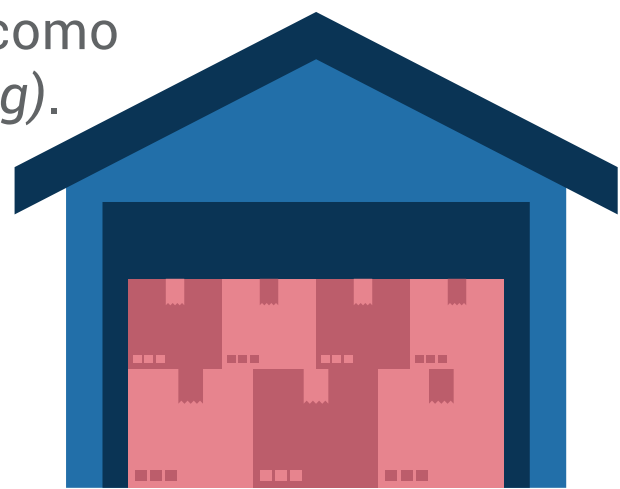


Aquisição

Análise da demanda/pedido/alternativa de estratégia.

Estoque (físico/lógico)

Estoque físico é o existente no armazém, e estoque lógico reflete o físico com as transações firmadas que ainda não se realizaram e os impactos possíveis nos negócios. Estoques de terceiros como alternativa estratégica (*dropshipping*).

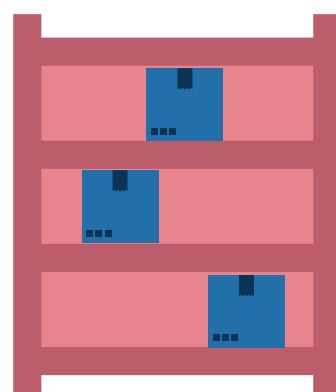




Codificação

A codificação pode ser interna, com códigos criados internamente, ou codificação padronizada para, por exemplo, fornecer a outras lojas. Registro no Brasil pela Associação Brasileira de Automação. Também é possível usar RFID (do inglês *Radio-Frequency Identification*), um método de identificação automática por meio de sinais de

Estrutura – Tipos de estrutura: prateleiras, paletes, *bins* etc. É muito peculiar de cada segmento.



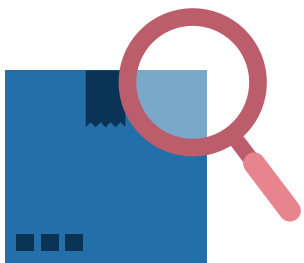
Endereço

É importante saber exatamente onde a mercadoria está armazenada para facilitar a coleta. Por exemplo, camisas masculinas GG estão no corredor 4, lado esquerdo, terceiro nível. É importante padronizar para facilitar a operação.



Coleta

A separação é a operação de busca da mercadoria no depósito, depende diretamente da codificação e do endereçamento vistos nos tópicos anteriores. Os pedidos feitos na plataforma são coletados para serem embalados, sendo importante definir a periodicidade da coleta.



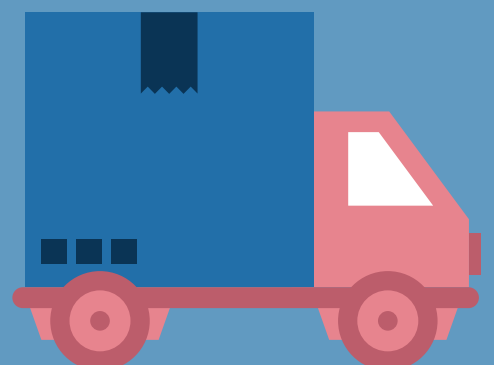
Embalagem

Uma vez coletados os produtos, eles serão separados conforme os pedidos e embalagens. Uma vez conferidos, os pacotes serão etiquetados para serem despachados. O primeiro contato do cliente é com a embalagem, portanto deve ser a melhor possível.



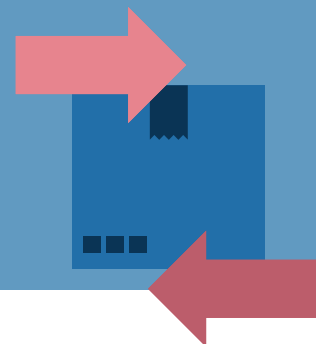
Transportes

Corresponde ao envio da mercadoria ao destinatário. Pode ser oferecida ao comprador a possibilidade de rastreamento das mercadorias após a entrega ao transportador.



Reversa

Mercadorias que não chegam ao destinatário final e são devolvidas por insatisfação ou defeito.



3 Boas práticas de logísticas

3.1 O que é expedição?

- Separação da mercadoria ou encomenda com o fornecedor
- Embalagem
- Emissão da documentação fiscal
- Entrega da mercadoria ao transportador.

Tudo isso é a preparação para a expedição do produto, ou seja, para que ele seja despachado para o comprador.

3.2 Rastreamento do produto

O rastreamento deve ter início dentro da empresa e continuar na transportadora. Para facilitar esse processo são usadas etiquetas com códigos e feitos pontos de controles, de modo a integrar a empresa com a transportadora. Para fazer o rastreamento, a empresa precisa estar atenta a dois aspectos: avisos das etapas de entrega (registrada na página da internet em que a compra foi realizada) e tecnologia (auxílio do *software*).



3.3 Transporte

Com o rastreamento feito, o transporte do produto fica mais seguro e caberá ao empresário escolher quem será o responsável pela entrega. No Brasil, o principal transportador são os Correios e as principais formas de entrega são o PAC e o SEDEX.

Porém, existem outras empresas especializadas que também oferecem serviços de entrega em todo o país. Além disso, as transportadoras têm a vantagem de não apresentarem restrições quanto ao peso da encomenda e a não estarem sujeitas a problemas de greves, situação que pode afetar, por exemplo, os Correios.

Para evitar transtornos, avalie qual é a melhor opção para o seu comércio ou serviço.





3.4 A logística reversa

Você enviou o produto para o comprador, mas por algum motivo ele decidiu devolver ou trocar a mercadoria. O que fazer nessa situação?

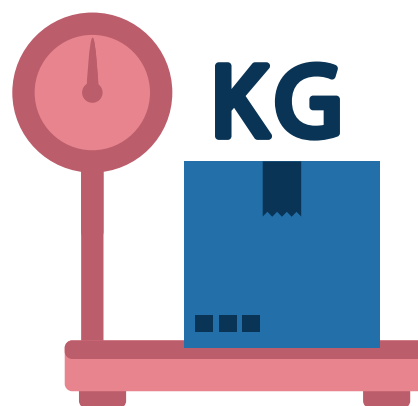
No *e-commerce* as trocas e as devoluções ocorrerão, logo é preciso estar preparado para lidar com elas. Algumas lojas, por exemplo, já incluem a primeira troca grátis como uma forma de minimizar o medo dos compradores.

É importante ter um planejamento para essa logística reversa (o retorno do produto para a loja).

3.5 Custos dos transportes

Você sabe quais são os custos que influenciam no transporte da sua mercadoria? Saiba que é fundamental conhecê-los para elaborar um plano logístico eficiente. Veja cada um deles:

▼ **Frete Peso** - É o frete baseado no peso da mercadoria. Cada transportadora tem a sua tabela de frete, baseada em seus próprios custos.



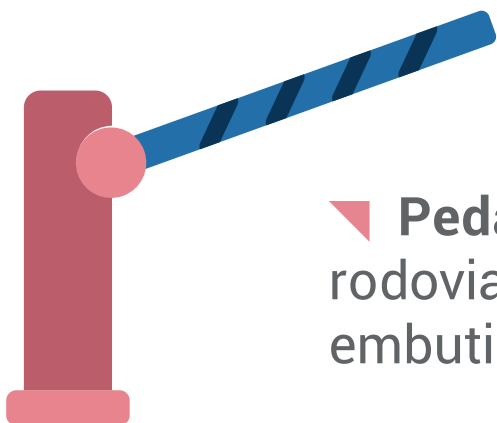
▼ **Frete Valor** - Também chamado *ad valorem* (seguro da mercadoria). Verifique se ele está sendo cobrado, não corra o risco da mercadoria transitar sem seguro.





▼ **Gris** - É uma taxa por gerenciamento de risco: trajeto, zona de risco, risco de roubo etc.

▼ **Taxas** - São diversas taxas que podem ser cobradas: conhecimento, dificuldade de entrega, restrição de trânsito (exemplo: rodízio em São Paulo) etc.



▼ **Pedágio** - Os pedágios estão em muitas rodovias, podem ser cobrados à parte ou estar embutido no valor do frete.



Dicas para o envio do produto

1

Cuide para que o produto chegue em bom estado em seu destino final. Artigos frágeis precisam de cuidados especiais na embalagem e durante o transporte, para evitar que cheguem danificados.

2

Mantenha o cliente informado sobre a movimentação do produto. Se ocorrer algum atraso, comunique-o sobre o motivo da demora e mostre interesse em ajudá-lo.

3

Não prometa entregas rápidas se a estrutura logística não permitir. Evite a insatisfação do cliente, estabeleça datas para que o produto chegue.

3.6 Como se relacionar com o cliente?

Uma boa comunicação é crucial para se relacionar bem com seus clientes. Por isso, o ideal é que a sua plataforma de vendas tenha a possibilidade de enviar informativos por *e-mail* ou outras formas de comunicação, como SMS, para informar ao cliente sobre o andamento da entrega.

Veja algumas informações que podem ser enviadas automaticamente pela plataforma ao cliente.

- **Confirmação de cadastro**
- **Boas-vindas**
- **Confirmação do pedido**
- **Confirmação de pagamento**
- **Confirmação de envio**
- **Pedido cancelado**

É importante que seu comércio eletrônico também conte com um Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC). Dessa forma você poderá atender seus clientes por *e-mail*, *chat*, telefone e mídias sociais.

As mídias sociais são muito utilizadas, sendo inclusive chamadas de SAC 2.0. Fique atento ao que os consumidores estão comentado sobre sua empresa nelas. Os bons comentários podem alavancar suas vendas, mas os negativos podem derrubá-las.

3.7 Indicadores de *performance*

Para saber se tudo está certo na logística do seu *e-commerce*, é preciso estabelecer indicadores e acompanhá-los, tratando cada caso e resolvendo os problemas o mais rápido possível.

Atendimento ao primeiro pedido:

número de pedidos atendidos na totalidade x 100 / pedidos expedidos.

Pedidos do cliente:

PP% = entregas realizadas no prazo x 100 / entregas totais.

Custo de Armazenagem (CA):

CA% = custo total de MA x 100 / receita total de vendas.

Custo de Transporte (CTT):

custo total de transporte x 100 / receita de vendas.

Avarias no Transporte (AT)

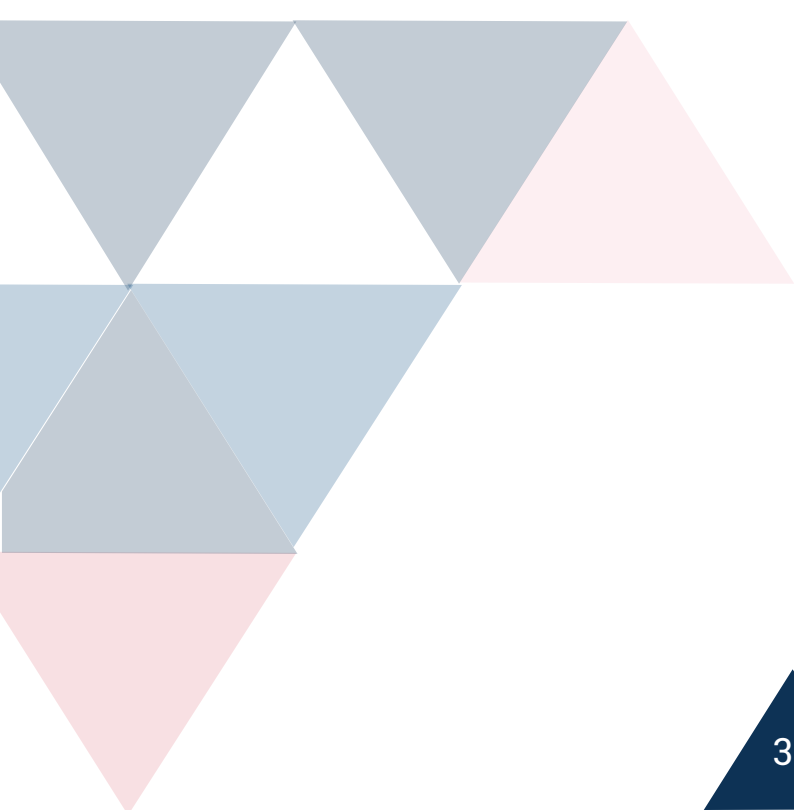
% = avarias em R\$ x 100 / valor total das mercadorias.

3.8 Como utilizar os indicadores?

Existem mais de 40 indicadores que podem ser utilizados para medir o desempenho da logística do seu *e-commerce*, no entanto, recomenda-se que você escolha cinco ou seis para ajudar a gerir o negócio.

Eles podem ser medidos semanal, quinzenal, mensal ou anualmente.

Portanto, observando os indicadores e mantendo os clientes informados do que está acontecendo com seu pedido, é possível fazer uma gestão logística mais apurada e adequada ao consumidor.



Conclusão

Por meio dos conhecimentos aprendidos aqui, você pôde perceber que uma logística eficiente é o diferencial competitivo e tem grande responsabilidade no sucesso de um *e-commerce*. Esperamos ter auxiliado na elaboração de um planejamento logístico e que, através de práticas e estratégias adequadas, você possa garantir consumidores satisfeitos com o seu comércio eletrônico.

Para acessar outras
soluções educacionais, acesse:
www.sebrae.com.br

