



E-commerce ágil

Processo de compras pela internet exige agilidade na separação e processos muito bem definidos

A compra de produtos pelo canal e-commerce é hoje uma realidade que já faz parte do cotidiano das pessoas. Incentivada pelo avanço da tecnologia da informação, a compra de produtos é feita em qualquer lugar, seja em casa ou no trabalho, usando desktops e notebooks, durante os períodos de deslocamento em um ônibus ou no metrô, usando tablets e smartphones, e até mesmo dentro de lojas e supermercados.

A comodidade é o principal fator que incentiva a compra pelo canal e-commerce, já que o cliente não quer ter mais trabalho para comprar e receber seu produto. E estas pontas precisam ser muito bem trabalhadas: a venda e a distribuição.

Para que se efetive a venda, normalmente é necessário que o produto esteja disponível. Este é hoje um grande desafio do segmento, pois é comum o cliente entrar em um site de e-commerce e ver o item com a men-

sagem “produto indisponível”. Nesta situação, a logística já é prejudicada na partida. Para que o produto seja entregue ao cliente, os canais de distribuição devem estar muito bem estruturados e dimensionados para atender as expectativas e desejos cada vez mais desafiadores dos consumidores.

Cadeia de suprimentos

O primeiro passo para que se desenhe uma estratégia logística é entender adequadamente a Cadeia

de suprimentos, partindo do desenvolvimento de um relacionamento com os fornecedores com foco em colaboração e dimensionamento dos estoques extremamente bem planejado, de forma a evitar faltas e excessos. A importância do desenho da malha logística, através da análise da cadeia de valor é fundamental para a eliminação das perdas que podem ocorrer durante o processo, como tempo, avarias, falta de espaço, falta de veículos de transportes, atrasos, entre outros.

Planejamento da demanda e S&OP

Dizem que o planejamento da demanda e os processos de S&OP (“sales and operations planning”, planejamento de vendas e operações), se adaptam somente a empresas industriais. Porém, é de extrema importância que a empresa do segmento de e-commerce entenda a necessidade do planejamento colaborativo. O entendimento do comportamento da demanda e do forecast de venda dita todo o processo de aquisição de produtos, dimensionamento dos estoques e distribuição ao cliente, incluindo-se aí a contratação do transporte, ponto absolutamente crítico neste processo.

Softwares de planejamento de estoques e demanda

A quantidade de SKUs comercializados por uma empresa de e-commerce normalmente é bastante grande, e a previsão das vendas, bem como o dimensionamento dos estoques são atividades de alta complexidade. A utilização de um software especialista, com alta capacidade de processamento e algoritmos matemáticos avançados, aumenta a acuracidade nestas atividades, gerando grandes economias e consequentemente contribuindo para o aumento das margens em um mercado onde vender por menos é o diferencial.



Centros de distribuição

Um dos grandes segredos do sucesso de uma empresa de e-commerce é possuir uma estrutura logística adequada a realização das operações, partindo do armazém propriamente dito, onde os produtos são estocados e processados. Os processos de estocagem são fundamentais para a produtividade na utilização do espaço cúbico (redução de custos), e ao mesmo tempo na agilidade da separação.

Considerando que o perfil dos pedidos feitos pelo e-commerce é de altíssimo fracionamento, é natural que com ganho de escala das operações, seja cogitada a implantação de sistemas de movimentação e armazenagem automatizados, como sorters, que proporcionam maior velocidade, maior acuracidade, redução de erros e do custo da mão-de-obra. Em países mais desenvolvidos, sobretudo na Europa e Estados Unidos, é relativamente comum encontrar este tipo de solução, que no Brasil temos tido um grande crescimento nos últimos anos.

Processamento do pedido

Além da estrutura física do armazém, há a necessidade de se investir em sistemas que façam o tratamento do pedido, de forma a minimizar o tempo de ciclo, entendendo que parte do processo é puramente administrativo. Para isso, os sistemas de transmissão de dados (considerando os circuitos cliente - e-commerce; e-commerce - instituição financeira; e-commerce - transportadoras) tem que estar muito bem desenhados e operacionalizados,

com foco na qualidade e velocidade da informação. Os tempos relativos a aprovação do pedido, que dependem da liberação da instituição financeira e da sua separação, que por sua vez depende da transmissão da informação ao armazém e deve ser monitorada em tempo real. Além disso, todo esse processo deve ocorrer em poucos minutos.

Transporte e distribuição

Produto separado, produto disponível para distribuição. Neste ponto é necessária a atenção para que ocorra um perfeito casamento entre o planejamento da produção do CD e da coleta da empresa de distribuição e transportes. Não se pode admitir uma rápida separação, e depois uma espera de horas ou até dias com o produto embalado no CD. Como o perfil é de cargas bastante fracionadas como já comentado, a frequência de coletas deve ser alta, porque certamente haverá a necessidade de envio para a unidade de consolidação da empresa de distribuição, gerando um gasto adicional de tempo. Deve-se considerar ainda que muitas cargas terão redespachos consecutivos e serão entregues em locais distantes, onde a frequência é menor e uma mínima perda de tempo pode acarretar em uma grande espera até o próximo embarque. []



Wagner Salzano

é consultor
e instrutor da IMAM
Consultoria Ltda.