



**QUALIDADE NA ENTREGA:
COMO GARANTIR A
SATISFAÇÃO DO CLIENTE?**

Introdução

A pandemia da covid-19 fez a venda de produtos online dar um verdadeiro salto nos últimos anos. Segundo um estudo da SmartHint, as vendas do *e-commerce* brasileiro registraram um aumento de faturamento de 785% nos primeiros cinco meses de 2022 quando comparadas ao mesmo período de 2019.

De acordo com a Neotrust, o faturamento do comércio online do país deve bater os R\$ 174 bilhões no fim deste ano, um aumento de 9% em comparação com 2021.

Tais dados mostram que fazer compras online das mais diversas categorias de produtos já se tornou um hábito comum em nosso país, e as entregas estão acompanhando este crescimento.

Para entendermos mais sobre como garantir a satisfação do cliente no processo de entrega, conversamos com Maria Fernanda Milanez Samico Martins, Sales Executive da RS Transitários.

Continue lendo este material e veja como alcançar a excelência no processo de entrega para seus clientes!



A IMPORTÂNCIA DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE COM A LOGÍSTICA

Um estudo da Capterra constatou que 56% dos entrevistados acreditam que o nível de satisfação com um comércio é bastante influenciado por sua entrega, enquanto 64% disseram que tal aspecto tem alguma influência no processo de compra.

Por isso, é preciso estar sempre atento à otimização e [cuidado com a operação logística](#) para que o processo não seja frustrante para os consumidores.

Para Maria Fernanda Martins, “é necessário que a equipe de vendas, bem como os gestores, tenham um olhar muito especial para cada cliente.”

Ela complementa, elencando alguns aspectos que acredita serem vitais para que o processo logístico gere um impacto positivo aos consumidores.

“Um conjunto de princípios faz com que essa satisfação e fidelização venha acontecer. Na minha opinião, os principais são: empatia e proximidade, transparência e clareza, agilidade nas informações, reciprocidade e capacidade de solucionar problemas”, observa.



ESCOLHENDO A MODALIDADE DE ENTREGA IDEAL

Seja em produtos para pessoas físicas quanto em mercadorias e matérias-primas para empresas, a entrega tem o papel de garantir a integridade do que está sendo transportado e a agilidade para que o cliente a receba no tempo combinado.

Podemos dividir as entregas em suas três principais categorias: aérea, marítima e rodoviária. No caso do *last mile*, [a entrega da última milha até a porta do cliente](#), temos ainda serviços como entrega por ciclistas ou motociclistas, robôs automatizados e até mesmo drones.

Martins destaca que, em sua visão, “o mais importante para garantir a satisfação do seu cliente no primeiro momento, ou seja, na negociação, é a transparência nas informações e nos custos e a segurança no conhecimento do serviço ofertado.”

Conforme a especialista nos explica, independente do modelo escolhido, é preciso realizar uma série de etapas para garantir que aquela entrega ocorra da forma esperada, garantindo assim a satisfação do cliente.

“No decorrer do processo, após a venda ter sido efetuada, algo muito valorizado pelo cliente é a informação. Ele quer saber, no menor tempo possível, tudo sobre sua carga, documentação e tempo de entrega”, complementa.

RASTREAMENTO DE CARGAS E PRODUTOS COMO DIFERENCIAL

Seja comprando algo para uso pessoal ou fazendo um grande pedido para sua companhia, ter noção de cada etapa do processo pode fazer a diferença entre estar surpreendido, satisfeito ou decepcionado com um serviço de entregas.

Atualmente existem diversas tecnologias que [ajudam este rastreamento a ser feito](#) de forma mais eficaz, com um acompanhamento em tempo real de onde a mercadoria está e quando será entregue.

A nosso pedido, a especialista da RS Transitários destacou alguns dos pontos que considera essenciais neste processo.

“Uma das formas de garantir a satisfação do cliente no que diz respeito ao rastreamento de cargas é a agilidade na resposta, relatórios de acompanhamento periódicos de acordo com a necessidade do cliente e a segurança da equipe em passar todas as informações de forma clara”, diz ela.



FORNECENDO ATUALIZAÇÕES ÁGEIS EM CASOS DE ATRASOS OU IMPREVISTOS

Independente dos esforços, da tecnologia e da qualidade de serviço empregados em uma entrega, é possível e até provável que, eventualmente, situações inesperadas ocorram.

Apesar de não ser possível evitar algumas delas, existem maneiras de mitigar os riscos e contornar as situações uma vez que ocorram, tornando o processo junto aos clientes mais claro e satisfatório.

“É preciso que o comercial e o departamento operacional acompanhem diariamente todo o andamento do processo a fim de informar, de forma rápida e antecipada, aos envolvidos no processo para que todos possam se programar e agir dentro do tempo definido”, explica Martins.

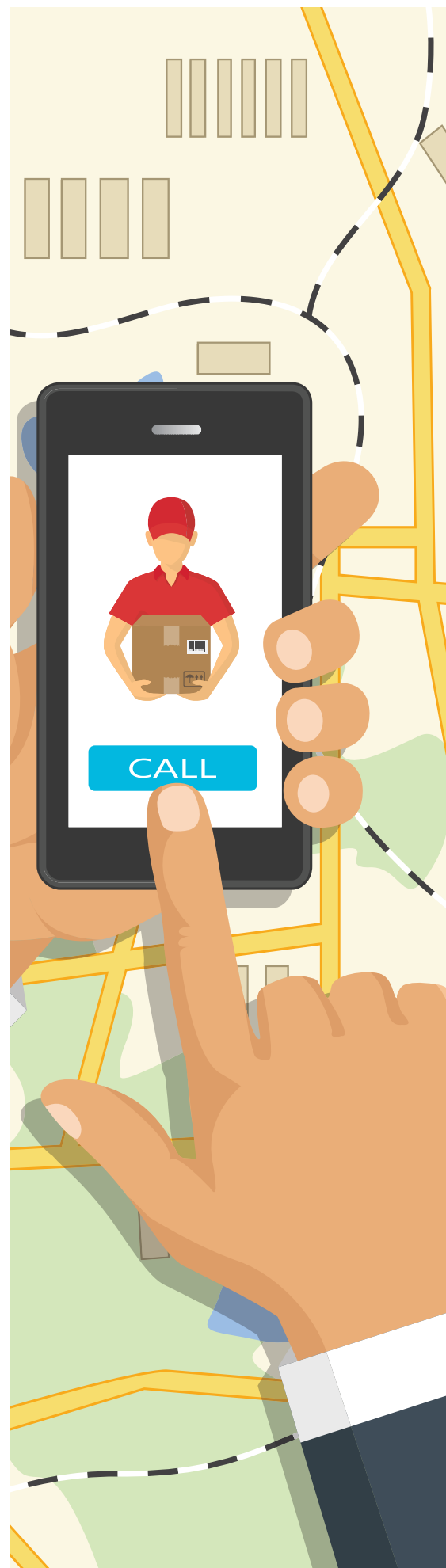
O PAPEL DA LOGÍSTICA REVERSA NA SATISFAÇÃO DO CLIENTE


Seja para o descarte de produtos e embalagens usadas de maneira correta ou para a simples devolução de forma rápida, ter um [processo de logística reversa bem estruturado](#) é essencial no cenário que vivemos hoje.

“Empresas como HP, Natura e Bridgestone já têm uma política de logística reversa e pontos de descarte dos produtos utilizados e/ou suas respectivas embalagens, bem como uma política de reciclagem e aproveitamento”, reflete Martins, utilizando o exemplo de grandes empresas que já investem na modalidade.

Porém, isso também é possível para companhias de menor porte. Com um plano bem estruturado, muitas vezes é possível que a mesma equipe que realiza a entrega faça também as coletas, acelerando o processo de devolução e deixando os clientes mais satisfeitos com as soluções.

Outras opções incluem parcerias com pontos físicos e *smart lockers* que podem ser usados como pontos de devolução da logística reversa, assim como espaços de reciclagem e ONGs que recebem produtos descartados.





SURPREENDA O SEU CLIENTE INDO ALÉM DO ESPERADO

Outro ponto de grande importância para fidelizar e garantir a satisfação dos clientes é através do *overdelivering*, termo que consiste no ato de entregar mais do que o que foi originalmente pedido.

“Na venda direta é dando algo mais, um brinde, um desconto para uma compra futura, um *cashback* ou até mesmo uma mensagem positiva e uma embalagem surpreendente”, exemplifica Maria Fernanda.

Ela destaca que também é possível aplicar esta modalidade em entregas maiores, como em operações B2B (*Business to Business*, ou empresas para empresas).

“No comércio exterior você conseguirá surpreendê-lo sendo atento a tudo que o seu cliente disser, ou seja, trabalhando a empatia e fazer atos de gentileza como entregar um presente inesperado, perguntar por um parente que ele(a) disse que não estava bem de saúde, ou mandar entregar o doce predileto”, aconselha.

O USO DE KPIS PARA IDENTIFICAR GARGALOS E OTIMIZAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

A especialista da RS Transitários também comenta a importância do uso de [métricas para alcançar esses resultados](#), identificando os gargalos no processo e buscando a melhoria em diferentes etapas da entrega.

“Essas ações devem ser analisadas entre vendedores e gestores com base nas análises métricas e nos indicadores dos KPIs (*Key Performance Indicator*), onde poderá ser analisado o custo de aquisição e manutenção do cliente, a taxa churn, ou taxa de cancelamento e conversão”, aponta.

Falando sobre a diferença dos KPIs com outras métricas, Martins traça um paralelo e destaca como esse processo pode ajudar na satisfação com a entrega.

“Métricas são informações e KPIs são resultados. Informações com análise de resultados, um conjunto de princípios e um olhar atento às necessidades e expectativas são as ferramentas necessárias para tomada de decisão e estratégia a seguir para garantir e manter a fidelização do cliente”, finaliza ela.

Conclusão

Como vimos ao longo deste *whitepaper*, ter estratégias bem definidas e planos de ação para casos inesperados pode fazer a diferença para fidelizar clientes e garantir um bom resultado em seus processos de entrega.

Por isso, realizar um estudo profundo de seu público-alvo, mercadoria e métodos de entrega pode fazer a diferença, assim como ter uma equipe preparada e adaptada a processos ágeis e facilitadores na solução de eventuais dificuldades.

Se você gostou deste material, que tal conferir também nosso conteúdo sobre [as tendências do futuro para o e-commerce?](#)

Boa leitura!



Sobre a Intermodal

A **Intermodal South América** é o maior evento de Logística, Intralogística, Transporte de carga e Comércio Exterior da América Latina.

Conheça a Intermodal

www.intermodal.com.br



Fique por dentro do mercado

digital.intermodal.com.br

