

Ruta Abierta

64 — Julio 2016 - Ruta Abierta, la revista de la Red Tipsa

Verano 3.0



TIPSA

Convención TIPSA 2016

"La familia Tipsa celebra los logros del último ejercicio y pone en común estrategias y novedades de servicio para el próximo "curso" en su 16ª convención anual."

NUEVOS TIEMPOS, MAYOR MERCADO

Hemos celebrado la convención TIPSA 2016, una jornada familiar que nos sirve para renovar la fuerza que nos hace únicos, la ilusión. Con esta fuerza recibimos a un verano que cada vez es más online, un verano 3.0.

Nuestro mercado está cambiando a pasos agigantados y para TIPSA esta evolución representa una oportunidad que no vamos a dejar escapar. Un mercado marcadamente B2B (business-to-business) está evolucionando a un mercado en el que, gracias al eCommerce, el destinatario y percepción de servicio tienen cada vez mayor relevancia.

Nuestra firme apuesta por la calidad y una red capilar que nos permite cubrir la totalidad del territorio nacional han sido básicos para crecer enfocados en ofrecer nuestros servicios a empresas. Y esto es bueno, porque nos hemos convertido en la referencia en servicios de valor añadido ofreciendo una adaptabilidad que junto con nuestra fórmula única de hacer nuestro trabajo – la ilusión, han sido determinantes en el mercado empresarial.

Con la llegada del eCommerce el mercado y su tamaño están cambiando a velocidad 3.0. Arrancar una tienda on-line es cada día más sencillo, y aquellos buenos comerciantes que emprendieron esa aventura hoy cuentan con miles de clientes fieles que confían en la calidad de los productos y en el servicio que ofrecen. Y aquí es donde tenemos un enorme potencial.

Aunque la decisión de contratar con TIPSA, o con uno de nuestros competidores, la toma el comerciante, cada día gana más relevancia la opinión de los clientes en cuanto al servicio. Somos los últimos metros de su relación con sus clientes y esto debe determinar nuestros pasos. Y es que para uno de cada cinco consumidores el precio del envío es decisivo a la hora de "cerrar" una compra on-line, pero para más del 90% los problemas en la entrega y las esperas son una barrera insalvable para próximas compras.

Vamos a seguir haciendo lo que mejor sabemos hacer. Un servicio de calidad a toda prueba, cargado de opciones-soluciones de entrega y de valor añadido a precios competitivos son el camino. Un servicio high-value huyendo del low-cost nos posiciona en una zona del mercado en la que están miles de comerciantes de éxito y miles de millones de ingresos. Una posición en la que somos reconocidos en el mercado y en la que podemos seguir construyendo nuestro posicionamiento, demostrando cada día a clientes B2B y B2C que NOS GUSTAN SUS ENVÍOS.

Marketing TIPSA



OPINA— #conla ilusion del primer día

TE INVITAMOS AL CINE!!!

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

@TIPSA_red



ECOMMERCE Y LOGÍSTICA - LAS TENDENCIAS

FUENTE _ TIPSA

En septiembre empieza el “nuevo curso”. Hoy las principales causas de insatisfacción de los usuarios en comercio electrónico están relacionadas con los procesos de envío y devolución. Los comerciantes on-line lo saben y por eso las empresas de logística deben adaptarse a un mercado en el que el consumidor es cada vez más relevante. ”

¿Qué tendencias veremos este año?

Gestión de expectativas. ¡Lo quiero ya!. El mercado es cada vez más exigente con los plazos de entrega. El reto para TIPSA es mejorar, pero no tanto en el tiempo de entrega, sino en la forma de gestionar la información que se les da a los clientes. La integración con los sistemas de los e-comerciantes, los sistemas de trazabilidad y los procesos de checkout, con información clara sobre plazos, costes, opciones de envío y políticas de devolución se vuelven vitales.

Opciones de entrega. Se acabó el sota, caballo y rey. Este año van a proliferar nuevas opciones de entrega en cuanto a plazos: en el mismo día, en franjas horarias más amplias y/o acordadas, superurgentes... Y, muy importante, alternativas para el lugar de entrega. En países como Francia (20%) y Suecia (75%) de los consumidores prefieren la entrega en tiendas o puntos de venta concertados. Hoy el 60% de los españoles prefiere recoger los envíos en su casa y el 32% en el trabajo y sólo un 8% prefiere los puntos de recogida. Esta alternativa va a experimentar un crecimiento exponencial, y TIPSA con los puntos YUPICK está en una posición muy ventajosa.

Entrega en franjas horarias. El impacto negativo de cualquier cambio, o retraso, de ruta en la productividad del conductor es muy alto. Sin embargo, será imperativo ofrecerlos y tanto menos costoso cuanto más crezca la utilización de las herramientas que permiten la gestión flexible de la entrega y la gestión de segundas entregas.

Tratamiento eficaz de las incidencias. Llevamos tiempo preparándonos y programas como TIPSA EXCELLENCE marcarán la diferencia. La gestión en tiempo real ofreciendo opciones de entrega tras una incidencia será vital. Debemos continuar desarrollando mecanismos para anticiparnos a las incidencias. SMS, la App TIPSA y los sistemas de integración con el comerciante son garantía de éxito, pero solo el principio.

Ser Internacionales. El 40% del comercio electrónico generado en España tiene como destino el exterior. Nuestros acuerdos con redes de couriers nos permiten la velocidad de los grandes internacionales con el dinamismo que está en el ADN de TIPSA.

Logística inversa: Los consumidores no aceptan asumir el coste de las devoluciones, de hecho es uno de los factores que les puede echar para atrás en una compra... Los eComerciantes saben que no pueden repercutir este coste a los consumidores ya que las devoluciones son esenciales para su fidelización. Somos capaces de asumir este reto y ofrecer opciones realistas que satisfagan necesidad de ambos.

Nuevas categorías de producto y virtualización de stocks. Se incorporarán a la venta on-line nuevas categorías de productos que supondrán nuevos retos como el tratamiento de productos perecederos y nuevos modos de relación como las iniciativas de virtualización de stocks que ofrecen descuentos a cambio de hacer al cliente esperar por el envío.

Este curso la RED TIPSA tendrá que hacer frente al doble reto de responder a las crecientes demandas de servicio de los clientes a la vez que evitamos incurrir en unos costes imposibles de asumir. Este curso no solo seguiremos siendo socios estratégicos de nuestros clientes con negocios on-line, sino que vamos a adelantarnos a sus necesidades demostrando, como siempre, que NOS GUSTAN SUS ENVÍOS.



CONVENCION TIPSA 2016

FUENTE_ TIPSA



“LA FAMILIA TIPSA CELEBRA LOS LOGROS DEL ÚLTIMO EJERCICIO Y PONE EN COMÚN ESTRATEGIAS Y NOVEDADES DE SERVICIO PARA EL PRÓXIMO “CURSO” EN SU 16ª CONVENCION ANUAL. ”

Dieciocho de junio, IN ZALACAIN, en el complejo de La Finca en la localidad de Pozuelo en Madrid. Son las 12:30 y Marisa Camacho, la consejera delegada de TIPSA, abre la presentación con la que comienza un día especial para la Familia TIPSA. Es la decimosexta convención de TIPSA y hoy la familia es mayor que nunca, en número y en calidad personal y profesional.

“...TIPSA no ha estado ni está a la venta...”

Marisa Camacho.

Es una convención especial porque ha sido un ejercicio en el que la Red TIPSA ha vuelto a conseguir que, se miren por dónde se miren, todos los parámetros del negocio confirman que el rumbo es el correcto y que el esfuerzo y la ilusión que todos los que componen la Familia TIPSA ponen cada día en su trabajo tiene su recompensa. Una familia unida y orgullosa que trabaja con un objetivo común, ser los mejores en servicio y los más sólidos y estables desde el punto de vista empresarial. “...TIPSA no ha estado ni está a la venta...”, con estas palabras Marisa ha querido cerrar su intervención confirmando las excelentes expectativas de negocio que comparte toda la Familia TIPSA.

Ha sido una convención muy especial para nuestra familia por muchas razones:

Hemos repasado las buenas cifras de negocio y hemos compartido novedades de producto y servicio que serán claves a para que los actuales, y miles de nuevos clientes entren al mundo de servicio TIPSA, nos confíen sus envíos.

Ha sido la primera vez que hemos invitado a un cliente – y no cualquier cliente, Enrique Bretos, CEO y fundador de PISAMONAS, uno de las referencias en eCommerce en nuestro país y que nos ha confirmado que la experiencia en la entrega se está convirtiendo en algo estratégico para el comercio on-line y que cada día gana peso en la decisión de compra. Pero, para nuestra familia, tuvo un mensaje especial y nos dio las gracias por el esfuerzo que ponemos en las entregas y que marca la diferencia. Ha sido la reunión en la que juntos hemos podido repasar la importancia estratégica y el gran esfuerzo, que para nosotros ha sido el cambio de logotipo que hemos implementado en los últimos meses y que ha determinado un giro en el posicionamiento de nuestra marca. Un nuevo logotipo que habla mejor

“ Un 90,6% de consumidores dudaría repetir en un comercio online tras una mala experiencia de entrega, y un 51% directamente no volvería”

Enrique Bretos CEO y COFUNDADOR de PISAMONAS.

“CON LA ILUSIÓN DEL PRIMER DÍA”



de nosotros y de los que somos. “Una imagen moderna limpia y potente para una Red que es hoy más grande, más conocida, mejor y que es hoy actor principal de nuestro mercado”, dijo José Nemesio, Director Comercial de TIPSAs, en su intervención.

“Nuestra renovada marca, una imagen moderna, limpia y potente... hoy somos un actor principal de nuestro mercado”

José Nemesio, Director Comercial de TIPSAs.

Como colofón compartimos un momento que todos calificaron como muy emotivo. Un video creado específicamente para esta presentación y que todos pudimos vernos reflejados. El argumento del video evidenció la necesidad que sigamos fieles a nuestro ADN, a eso que nos hace únicos y mejores, a la ILUSIÓN con la que hacemos nuestro trabajo. Un video que nos dijo algo que todos sabemos y que debemos recordar todos los días, que mantenemos LA ILUSIÓN DEL PRIMER DIA. La presencia en el escenario de Lucas, el nieto de Marisa Camacho y protagonista de nuestra campaña de imagen, para la foto de familia, representó el broche perfecto para una convención muy especial. El presente y el futuro de una red que sigue y seguirá creciendo y que desde cero es hoy la referencia del mercado en cuanto a calidad y profesionalidad.



Con la ilusión del primer día

TIPSA
Nos gustan tus envíos

Cada envío es una aventura apasionante

Más de 20.000 clientes confían diariamente en nuestro servicio rápido, seguro, adaptado, y en plazos comprometidos, con el seguimiento de la entrega y con una relación calidad - precio ganadora.

Con la ilusión del primer día — 5



Tipsagram

Momentos para recordar



NUEVO MATERIAL COMERCIAL

FUENTE_ TIPSA

REVISTA TIPSA RUTA ABIERTA

Nuevo diseño. Un canal de comunicación interno de la Red, que extendemos hacia nuestros clientes. Una comunicación estacional que cada dos meses aproximadamente, se edita para contar a red y a clientes actuales y potenciales las novedades de TIPSA. Incluye una guía rápida de servicios basada en iconos que permite, en un vistazo, entender la profundidad y amplitud de nuestro catálogo de servicios.

“Tipsa refuerza su nueva imagen de marca con el rediseño de todos sus soportes comerciales. Una imagen limpia, moderna y potente que nos ayudara a comunicar a nuestros clientes nuestras ventajas competitivas y valores de compañía “

HOJA DE REGISTRO

Toma de datos para abrir ficha de cliente, se han ampliado los campos de contactos para tener datos de los diferentes departamentos (nombres, teléfonos y correos electrónicos).

CARPETAS COMERCIALES

Una sencilla, “Carpeta Simple de Presupuesto”, con un nuevo diseño más moderno y limpio, jugando con la marca y colores corporativos. Pensado para presentar la oferta económica y poder adjuntar cuadrípticos de servicio, informes, documentos simples, etc. No te olvides de incluir tu tarjeta en la solapa.

Una carpeta De Luxe, con nuevo diseño con lomo. Permite una mejor presentación de documentos más extensos, como el nuevo catálogo corporativo, informes de muchas páginas, listado de delegaciones o similares. También incluye solapa para la tarjeta.

NUEVOS FORMATOS DE PRESUPUESTO

Se ha buscado un diseño más limpio y moderno. Predominan los fondos blancos y cobran gran importancia los iconos de servicio. Su ordenación permite la visualización rápida de opciones para clientes. La mayor novedad es la flexibilidad, al haber diseñado modelos apaisado, para asociar al catálogo, y la versión vertical. Las plantillas para Word (.doc) te permitirán jugar y adaptar el orden y/o añadir/eliminar los servicios que la agencia considere en la personalización de cada oferta comercial.

DOSIER COMERCIAL

Una presentación completa de TIPSA, en formato impreso o pdf descargable. La mejor opción para explicar nuestra marca, valores diferenciales y servicios.

Indicada para cualquier reunión comercial en la que queramos reforzar nuestros argumentos de venta con la realidad de nuestra estructura y filosofía de compañía. Un soporte de calidad, moderno y elegante.

FOLLETOS DE SERVICIOS – CUADRÍPTICO GENERAL Y eCOMMERCE.

Un rediseño que ha conseguido comprimir todo lo básico que necesitamos contar en nuestra actividad comercial. Es el formato económico y completo de presentación de la marca y el que presentaremos en las primeras visitas o reuniones en las que queramos aportar una idea rápida y completa de lo que es TIPSA.

El folleto eCommerce, permite abordar este mercado con argumentos especializados. Ambos formatos hacen especial hincapié en la calidad, la estructura y los servicios.



OPINA— #conlailusiondelprimerdia

TE INVITAMOS AL CINE!!!

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

@TIPSA_red

MATERIAL PARA PRESENTACIONES IMPORTANTES



- Carpeta Premium
- Hoja de registro
- Presupuesto
- Dossier corporativo
- Revista corporativa
- Tarjeta personal

MATERIAL PARA EL DÍA A DÍA



- Carpeta estándar
- Hoja de registro
- Presupuesto
- Cuadríptico general
- Tríptico eCommerce
- Revista corporativa
- Tarjeta personal

IMPORTANCIA DE LA ICONOGRAFÍA

Los iconos son pequeños gráficos que nos ayudan a entender la información más fácilmente, a reconocer la marca y la usabilidad cuando se usa en entornos online. Los encontramos en empaques, en las interfases de software, en los móviles, en el menú de la tv, en las instrucciones de lavado de las prendas y en miles de lugares inimaginables. Una forma sencilla y visual de contar nuestros servicios.



10 HORAS



14 HORAS



ECONOMY



MV MASIVO



AÉREO



MARÍTIMO



LOCALES



URGENTE



FARMA



RANKING DE CÁLIDAD TIPSA

LOS QUE LO HACEN GENIAL

MADRID PLATAFORMA: Perfeccionistas 001



002 TIPSA TERRASSA: Eficacia



Empezar temprano nos ayuda a realizar un buen trabajo, por eso nuestra agencia siempre empieza a las 7h.

MADRID VENTAS: PURO ARTE 003



Fieles al compromiso - efectivos al cliente - todos para uno y uno para todos.

LOS QUE CADA DÍA LO HACEN MEJOR

TIPSA OPORTO: Confianza 001



Confianza dos nossos clientes, obriga-nós a sermos melhores cada dia.

002 TIPSA HOSPITALET: Siempre sumando



Con calidad humana y formación, nunca damos pasos atrás...

TIPSA ALJARAFE SUR: Camaleónicos 003



ENTREVISTA A SEVILLA CENTRO — Francisco García

FUENTE _ TIPSA



¿Cómo surge la idea de incorporaros a la Red Tipsa?

Pues tras varios años trabajando para una agencia de la red, surge la necesidad de cubrir una zona de Sevilla y valiéndome de mis conocimientos de la red Tipsa no dude ni un momento en intentar incorporarme y cubrir esta zona. Conocer Tipsa desde dentro, me dio la seguridad de que al dar este paso, estaría formando parte de una de las mejores compañías que hay en el sector. Sé que seguirá creciendo y yo quiero formar parte este crecimiento.

Otro factor importante fue la calidad humana, tuve la oportunidad de trabajar con el personal de central en mi etapa como asalariado, y me daba mucha tranquilidad saber que contaríamos con un excelente equipo. Siempre intentan solucionar nuestras dudas sobre la marcha y con una amabilidad que se agradece en un sector como este en el que hay tanto estrés.

Cuando conocí a Mario Muñoz mi socio, trabajábamos para diferentes operadores logísticos. Un trabajador nato, con muchos conocimientos en el sector de la paquetería y con el que aunando esfuerzos conseguimos levantar esta agencia, Tipsa Sevilla Centro. Cada día nos levantamos con las ganas de hacerlo mejor que el día anterior, queremos que nuestra delegación aporte valor a la red y por supuesto que los clientes nos prefieran por encima de otras marcas, porque sabemos lo importante que es ser especiales para nuestros clientes.

¿Qué zona cubrís?

Cubrimos la mitad de la zona centro de Sevilla además de varios barrios limítrofes.

¿Cómo es vuestra tipología de reparto y de clientes?

El reparto es muy variado, desde mamparas para una plataforma como es Leroy Merlin, hasta sobres.

¿Qué factores diferenciales veis en el servicio de Tipsa y la organización?

Definitivamente el componente humano. El apoyo que se nos brinda desde central y la formación que se nos da para optimizar procesos que nos permiten ser más ágiles tanto en las rutas como en las plataformas nos hace sentir importantes. Valoramos muchísimo el cambio que está teniendo Tipsa no solo con el nuevo logo también con la forma en la que intentan darnos a conocer.

Habéis participado recientemente en nuestra Convención Anual. ¿Qué pensáis de un evento de estas características ¿Lo encontráis útil a nivel de contacto con vuestros compañeros y con la organización?

La verdad es que es muy importante ponerle cara a las personas con las que hablas casi a diario e intercambiar opiniones y la verdad nosotros nos hemos traído muchas ideas que pensamos poner en marcha en esta nueva etapa

¿Qué os ha parecido el cambio de imagen y la reestructuración de soportes comerciales?

Es algo que creemos necesitábamos, es una imagen que se adapta a los tiempos que vivimos, mas actual, mas fresca y para mí personalmente da más sensación de seguridad y seriedad a la vez.

¿Algo que añadir?

Solo me gustaría invitar a todos mis compañeros a que nos apoyemos los unos a los otros, tenemos que ser una red en la que todos estemos unidos, creo que es muy importante y esto nos diferencia del resto.

SORPRENDE A TUS CLIENTES eCOMMERCE CON ALGUNOS BUENOS CONSEJOS PARA EL VERANO

FUENTE _ DMTRENDS

Se va acercando la temporada del año más anhelada por (casi) todos: vacaciones, playa, terracitas... Nuestro ritmo de vida suele cambiar completamente durante el verano, incluyendo la forma en la que compramos todo tipo de artículos. Aquí entra en juego el eCommerce, ya que sabiendo como influye la época estival en la psicología del consumidor, toda tienda online debe adaptarse para conseguir que las ventas sigan produciéndose a buen ritmo.

El 'mobile responsive' se vuelve fundamental

En verano cambiamos el ordenador por dispositivos móviles, bien sean smartphones o tabletas. En esta Época del año la mayoría de las ventas se generan desde eCommerce.

Por ello, revisa tu tienda online, que ya debería de ser 'mobile responsive', desde todo tipo de dispositivos móviles y haz un análisis crítico poniéndote en la piel de un posible cliente que la visita, desde una piscina o desde un chiringuito, por poner ejemplos. ¿Se navega fácilmente entre categorías de producto?, ¿se adaptan las fotos al tamaño del móvil?, ¿se pueden ampliar?, ¿es sencillo el proceso de pago desde la versión móvil?... Y como estas, muchas preguntas que pueden surgir, y como decimos, este es el momento idóneo para poner a punto la estrategia mobile de tu eCommerce.

Las redes sociales, claves en verano

Durante el verano tenemos mucho más tiempo para visitar las redes sociales desde dispositivos móviles. Aprovecha esta circunstancia para dar visibilidad a tus productos.

Crea promociones especiales y dales visibilidad desde las redes sociales de tu eCommerce. Como ya sabes, el contenido visual es clave, por lo que es una buena idea crear fotografías y vídeos de producto con un toque fresco y veraniego, a modo de bodegón para aprovechar así la venta cruzada de productos. El que está de vacaciones no quiere ver otro tipo de fotos y el que aún está en la oficina, le gusta ver ese tipo de imágenes para visualizarse ya disfrutando del buen tiempo y andará buscando productos que comprar para ello.

“En verano la mayoría de las ventas se generan desde mCommerce, es decir, desde dispositivos móviles, bien sean smartphones o tabletas.”

No condicionarse por el tipo de producto que vendas

Evidentemente, hay unos productos cuya época fuerte de ventas es durante el verano, otros que se mantienen estables durante todo el año, y otros que apenas se venden en este tiempo.

– Para aquellas tiendas con productos esencialmente veraniegos (prendas de baño, gafas de Sol, productos de jardín y piscina, cosmética solar...) es el momento de tener bien optimizada la plataforma eCommerce y dedicarle todo el presupuesto posible al marketing. Son productos cuya temporada alta no es tan larga como creemos, por lo que se juegan mucho a la hora de salvar el resto del año en ventas.

– En cuanto a las tiendas online de productos que se ven poco o nada influidos por la época del año (alimentación, farmacia online, electrónica...), en verano, tu tienda online está gestionada por pocas personas y es normal que queráis cogeros la mayoría unas vacaciones, tener al menos en cuenta dejar aprovisionado con tiempo un buen stock de tus productos estrella, para que las vacaciones de fabricantes y las vuestras no sean un impedimento para que los clientes puedan hacerse con los productos de manera habitual, con los mismo plazos de tiempo de envío.

– Y para aquellas tiendas online de productos que no son para el verano (por ejemplo, prendas y utensilios para hacer deportes de invierno), piensa en esta época, como una oportunidad para dar salida a tus productos a buen precio (sin que implique tener que perder márgenes de beneficio), un tanto a modo de outlet. Prueba a hacer campañas agresivas de marketing promocional (“2 x 1”, “2ª unidad a mitad de precio”, etc). Si vendes este tipo de productos plantea también la viabilidad de internacionalizar la venta a otros países dónde durante el verano de aquí sea el invierno de allí.



PACKAGING - El factor más olvidado para el éxito de tu marca

FUENTE _ DMTRENDS



“Utilizando un buen embalaje puedes mejorar tu branding, fidelizar a tus clientes e incluso impactar a clientes potenciales.”

Parece impensable que el Material de Embalaje con el que envía sus productos pueda determinar el éxito de su tienda, ya que aparentemente el Material de Embalaje o las ya conocidas cajas de cartón pueden parecer un tema casi irrelevante u optativo.

¿Tan importante es el Material de Embalaje en un envío?

El embalaje con el que se envían los productos es lo primero que se ve físicamente de una idea de negocio, es la carta de presentación de tu producto y por lo tanto, el cliente valorará de forma positiva o negativa el estado de éste. Si el packaging es original y tiene un diseño impactante con el logo de tu empresa, las expectativas del cliente para ver tu producto aumentarán antes de abrir el paquete.

Asimismo, si el embalaje es resistente y funcional, el consumidor agradecerá que su compra haya sido protegida y enviada correctamente, garantizando la seguridad del artículo.

El Kansei es un término japonés que se utiliza en el diseño de productos y que se podría definir como “el placer de usar ese producto”. Por ejemplo, Apple comprende el significado del kansei y es por este motivo por lo que sus productos son tan demandados en un mercado con tanta competencia.

Personalizando las cajas de cartón con una forma diferente y un diseño atrayente, lograrás conseguir el kansei y así, enamorar a tus usuarios para que, además de ser clientes, sean fans de tu embalaje y producto. Por otra parte, con un diseño distinguido, podrás diferenciarte de la competencia.

La creciente Tendencia del Unboxing

Aparentemente el recibir un producto empaquetado no debería despertar mayor interés que el de abrirlo para poder disfrutar de algo que se ha adquirido, abrir un paquete se ha convertido en una especie de “ritual” al que los consumidores prestan bastante atención y supone una carta de presentación del producto.

El unboxing consiste en colgar en redes sociales videos en los que se ve cómo se abre un producto, este fenómeno es cada vez más popular, siendo una de las tendencias de vídeos más fuertes en YouTube.

Según las estadísticas de Google, los vídeos de unboxing mostraron un crecimiento, exactamente, del 42% en los vídeos de bebida y comida y un 90% de aumento en los de estilo u moda.

Si tienes una Tienda, debes ser consciente que cualquier cliente es susceptible a subir un vídeo a YouTube desempaquetando tu producto. Imagínate la cantidad de clientes potenciales que podrías llegar a impactar teniendo tu logo impreso en el embalaje.

Las cajas personalizadas son una herramienta con la que puedes conseguir muchas ventajas por invertir tan sólo unos céntimos más por cada caja.

eTIPSA - UN SERVICIO eCOMMERCE DE 360º



e-PREMIUM

eTIPSA PREMIUM

Pensado para cubrir todas las necesidades del eCommerce:

- Entrega al día siguiente
- **3 intentos de entrega incluidos***
- Posibilidad de entrega antes de las 10h y en sábados
- Gestión de devoluciones, canjes y contra-reembolso
- Envío de emails gratuitos y sms de seguimiento
- Cobertura nacional e internacional
- Integración tecnológica según tus necesidades

***Somos los únicos en hacer 3 intentos de entrega**

Además, tu cliente puede elegir la banda horaria en la que quiere que le entreguemos su compra sin aumento de coste. Sólo debe indicarnos su horario elegido entre las 11 y las 19 horas y se lo entregaremos, en la mayoría de los casos, en una banda horaria de +/- 2 horas.



DROPSHIPPING

DropShipping

Somos los únicos que recogemos hasta en un máximo de tres de tus proveedores en cualquier punto, consolidando un único envío para tu cliente.



MÓDULO DE INTEGRACIÓN

MÓDULOS DE INTEGRACIÓN eTIPSA

Disponemos de módulos para integrar nuestras herramientas con webs realizadas sobre Prestashop, Magento y OsCommerce. Podemos darte acceso a herramientas web-service para negocios de gestión compleja o a opciones sencillas para la gestión de documentación y el seguimiento de tus envíos.

Nos adaptamos a tus necesidades y te proporcionamos la integración que necesitas según tu casuística y volumen.



e-ESTÁNDAR

eTIPSA ESTÁNDAR

Un servicio más económico con entrega en 24/48 horas:

- Entrega en 24/48 horas
- 2 intentos de entrega incluidos
- Gestión de devoluciones, canjes y contra-reembolso
- Envío de emails gratuitos y sms de seguimiento
- Cobertura nacional e internacional
- Integración tecnológica según tus necesidades

SERVICIOS eTIPSA — DE UN VISTAZO



TIPSA Notify

Una ventaja competitiva de TIPSA

Con TIPSA Notify a primera hora de la mañana se avisa al destinatario de la franja horaria en la que recibirá su pedido a lo largo del día. TIPSA Notify viene a reducir, en un alto porcentaje, el número de entregas fallidas por ausencia del destinatario.

El preaviso de entrega será pronto lo habitual y en TIPSA queremos ser pioneros. La nueva herramienta ha sido desarrollada por el departamento de informática de TIPSA junto a Crambo Wireless, partner tecnológico de la compañía.

Cómo funciona la herramienta

Tras la asignación de reparto, el sistema TIPSA envía la información de las direcciones a un sistema de cartografía que normaliza las direcciones, las geoposiciona y genera la ruta de reparto óptima en función de la ubicación, horario de entrega y servicios, de forma que la ruta devuelta sea óptima a efectos de consumo de combustible, horario de entrega elegido por el destinatario, etc. Lógicamente también da la hora estimada de entrega.

Para que esta planificación sea funcional se tiene en cuenta el número de bultos a entregar en cada dirección, así como el peso de los mismos.

Para nuestros servicios principales, cuando se disponga de un número de teléfono móvil, la aplicación da la opción de notificar al destinatario el horario de entrega previsto (con un margen de +/- 45 minutos que se irá reduciendo en función de la experiencia), con la posibilidad de interactuar con la agencia para acordar otro horario o día de entrega, de esta forma se minimiza el número de ausentes.

Desde la aplicación de agencia, el jefe de tráfico o el chófer desde su móvil, pueden ver, el plano con las entregas y los horarios previstos.

La solución TIPSA Notify aúna tecnología de última generación diseñada para optimización de las rutas de transporte urgente con herramientas de seguimiento GPS y navegación, todo ello personalizado y adaptado para su uso a través del sistema interno de gestión de agencia.

TIPSA Notify supone una importante mejora tanto para nuestra red como para los clientes de eCommerce, mejorando la eficiencia de los procesos de entrega y reduciendo el número de intentos de reparto por ausencia del destinatario.

TIPSA Notify, una potente herramienta de fidelización que optimiza la experiencia de compra del cliente final.



PUNTOS DE CONVENIENCIA

Estudios citados desde Ecommerce News, citan la falta de opciones de pago como una de las principales causas para el "abandono de carritos" siendo el porcentaje de abandono por no encontrar la opción preferida del 18,1%, según MasterCard.

Idénticas circunstancias están teniendo lugar en caso de la logística. Ampliar el número de opciones de envío a los convencionales aumenta indudablemente los índices de conversión.

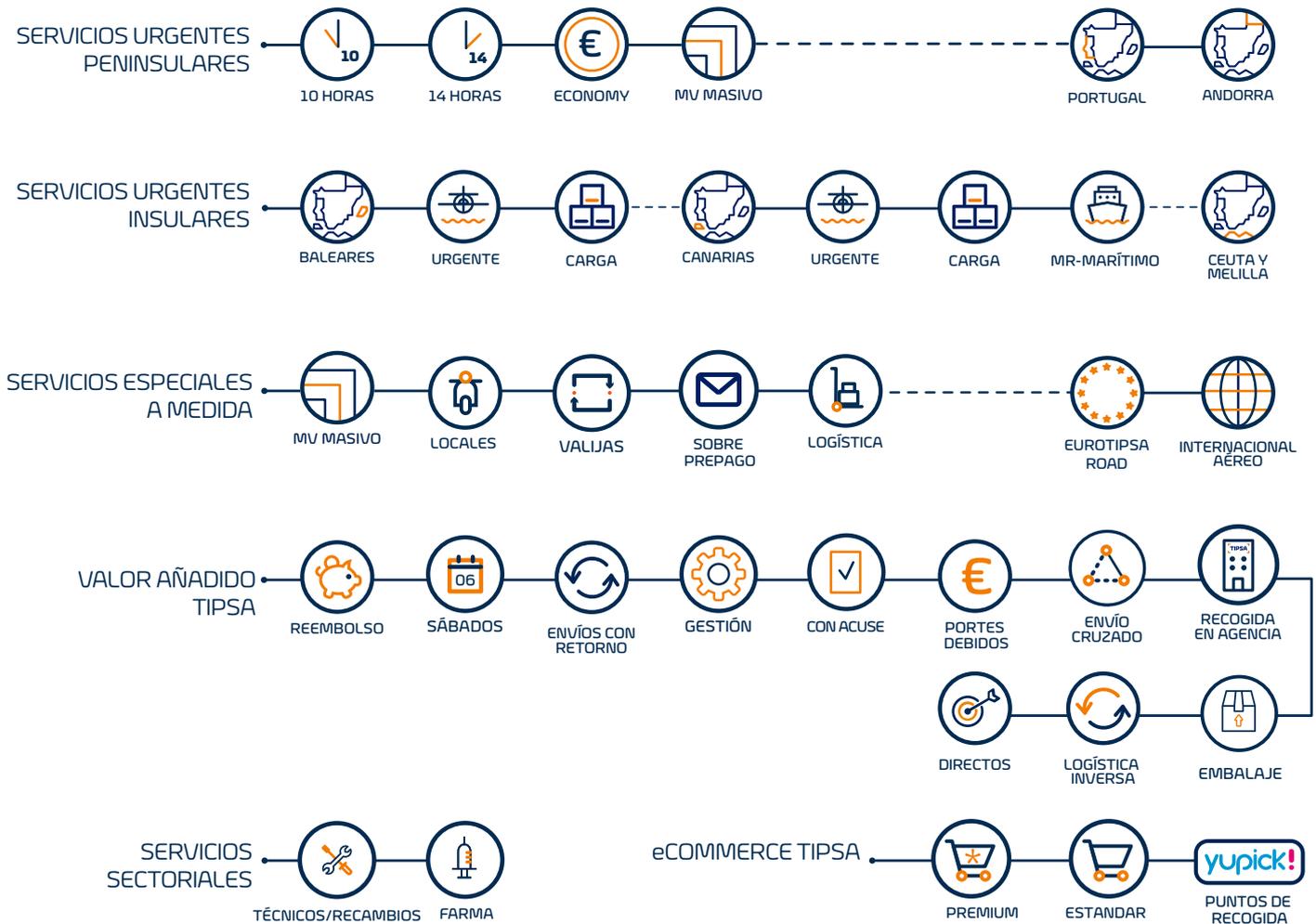
Actualmente, en nuestro país, solo el 7,5% de los envíos que se hacen en España tienen como destino un punto de conveniencia mientras que en otros países europeos la cuota está por encima del 20%. En la vecina Francia, un mercado que mueve diariamente 1.400.000 paquetes B2C, unos 320.000 tienen destino un drop-point.

Para el comerciante los puntos de conveniencia aportan una mayor flexibilidad y calidad en el servicio de entrega y por lo tanto una mejor experiencia de compra para su cliente. Para nuestra Red TIPSA, una de las grandes ventajas de este sistema es que conseguimos reducir los altos costes de redistribución por repartos fallidos cuando no está el cliente en el punto de entrega y que tienen que ser reprogramados.

Los puntos YUPICK nos aportan:

- Mejoramos nuestra oferta comercial - menú amplio de opciones de entrega que es lo que demanda el consumidor y necesita el comerciante. El precio pierde "peso" en las ofertas.
- Mejor percepción del precio - abaratar nuestra oferta en eCommerce con 2ª entrega de conveniencia.
- Nos ayuda fidelizar a nuestros clientes de eCommerce.
- Mejora los ratios de cierre en "cestas" = más envíos = más negocio.
- Destinatarios Satisfechos - se acabaron las esperas (aviso y franja horaria de entrega y si falla punto Yupick).
- Mejorar la experiencia del cliente final.

SERVICIOS TIPSA — DE UN VISTAZO



SERVICIOS TIPSA — CON NUESTRO VALOR AÑADIDO

TIPSA MASIVO

Servicio "llave en mano" para campañas de comerciales y de marketing, o envíos masivos. Ofrecemos un servicio experto y de máxima calidad entendiendo que con este servicio "representamos" las marcas de nuestros clientes.

Asesoramiento Logístico integral, con un equipo especializado y con gran experiencia en logística comercial (*marketing, tele-tienda y envíos promocionales...*)

CARACTERÍSTICAS DE ESTE SERVICIO

— Distribución urgente a precios competitivos

— Recepción y preparación de envíos (*picking y packing*) - gestión on-line y off-line

— Almacenaje y gestión de stocks
 — Gestión estadística y análisis campañas
 — Gestión incidencias
 — Call-Center Atención al cliente (*emisión y recepción de llamadas*)

SOLUCIONES SECTORIALES

TIPSA FARMA

— Cool Chain (*frio pasivo*)
 — Con trazabilidad integral de la temperatura
 — Entrega urgente (*Temperatura ambiente*)
 — Cumplen con GDP's.

TIPSA TÉCNICOS Y RECAMBIOS

PUDO's: puntos de recogida y microalmacenaje en delegaciones.
 — Servicios directos y operativas especiales.
 — Servicios disponibilidad total 24/ 7/ 365.
 — Gestión piezas y devoluciones.

TIPSA eCOMMERCE

— Módulos de integración.
 — Seguimiento de envíos.
 — Logística inversa.
 — Entrega en puntos de conveniencia.
 — DropShipping.

SERVICIOS TIPSA — ENTREGA URGENTE PREFERENTE

TIPSA 10 PENINSULAR

Entrega antes de las 10 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Tipsa). Resto de poblaciones tienen un margen adicional de 1 minuto por cada kilómetro de distancia desde la agencia de reparto.



TIPSA 10

TIPSA 10 BALEARES

Entrega día siguiente en cabeceras de islas, antes de las 10:00.

TIPSA 10 CANARIAS *

Servicio válido solo para documentación. Entrega día siguiente en cabeceras de islas mayores, laborable, antes de las 10:00.

* Sujeto a trámites aduaneros

TIPSA 14 PENINSULAR

Entrega antes de las 14 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Tipsa). Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.



TIPSA 14

TIPSA 14 CANARIAS*

Entrega día siguiente en capitales de islas mayores, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas. Islas menores demora un día más.

TIPSA 14 CEUTA Y MELILLA*

Servicio exprés con entrega entre 24-48h.

TIPSA 14 ANDORRA*

Entrega urgente en 24 horas.

TIPSA 14 PORTUGAL

Conexión diaria con Lisboa, Oporto, Faro y Coimbra. Servicio exprés con entrega entre 24h en las principales ciudades y 48h en el resto del país.

* Sujeto a trámites aduaneros

TIPSA 14 BALEARES

Entrega día siguiente en capitales de islas, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.



ECONOMY

ECONOMY PENINSULAR

Servicio económico de entrega en 24 horas (máximo 48 horas) en cualquier punto del territorio nacional peninsular.

CARGA BALEARES

Servicio exprés con entrega en 48h. El servicio para islas menores demora un día más.

CARGA CANARIAS *

Servicio exprés por carga aérea con entrega en 48-72h. El servicio para islas menores demora un día más.

MARÍTIMO CANARIAS*

Servicio exprés por carga aérea con entrega marítima con salida semanal.

* Sujeto a trámites aduaneros

SERVICIOS TIPSA — A TU MEDIDA

VALIJA DIARIA

Servicio de conexión diaria entre dos destinos fijos con horarios concertados. Para clientes con varias oficinas-delegaciones y/o con intercambio diario con clientes (ej: laboratorio, prótesis dental, gestorías...).

MULTISOBRE TIPSA

Partimos de sobres TIPSA de diversos tamaños, pero que podemos personalizar para el cliente, adaptando las entregas a sus necesidades.

SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO

- + Entregas los Sábados.
- + Envíos que requieran gestión.
- + Envíos con retorno.
- + Envíos con Acuse de Recibo del remitente.

REEMBOLSOS

Servicio de entrega y gestión de cobro en todo el territorio nacional y Portugal.

PORTES DEBIDOS

El destinatario paga los portes del envío al recibirlo.

SOBRE PREPAGO*

Servicio disponible solo en España Peninsular. El cliente TIPSA entrega a sus clientes o colaboradores, sobres de cartón para envíos de documentación y pequeñas muestras.

*No admite servicios de valor añadido.

TIPSA A MEDIDA

Disponemos de una amplísima gama de sobres, bolsas y cajas de embalaje. También desarrollamos packaging a la medida de las necesidades de nuestros clientes.



TIPSA



SOBRE GRANDE

Medidas: 60 x 44,5 cm.
Referencia: 76
Pack de 100 unidades



SOBRE MEDIANO

Medidas: 45 x 35 cm.
Referencia: 7
Pack de 100 unidades



SOBRE PEQUEÑO

Medidas: 30,5 x 21,5 cm.
Referencia: 77
Pack de 100 unidades



BOLSAS

Medidas:
Grande
Mediana
Pequeña
Pack de 100 unidades



CAJA MINI

Medidas: 25 x 15 x 10 cm.
Referencia: 30
Peso máximo: 1 Kg.
Pack de 25 unidades



CAJA PEQUEÑA

Medidas: 30 x 20 x 13 cm.
Referencia: 31
Peso máximo: 2 Kg.
Pack de 25 unidades



CAJA MEDIANA

Medidas:
40 x 30 x 15 cm.
Referencia: 34
Pack de 10 unidades



CAJA GRANDE

Medidas:
40 x 30 x 30 cm.
Referencia: 32
Pack de 10 unidades