

# 12 CLAVES

## PARA EL ÉXITO EN TUS ENVÍOS ECOMMERCE



**TIPSPA**

902 10 10 47  
www.tip-sa.com

**FERNANDO SIMAL**

# 1. El Contacto

---

Para contactar con una empresa de mensajería tienes 3 opciones, aunque yo te recomiendo hacer las tres:

1- **Dirigirte a la Web** corporativa de la compañía que has elegido. Todas tienen una zona “hazte cliente” y derivan este contacto a la agencia que te corresponde por Código Postal, que es como se clasifican las zonas de cada agencia o franquicia. En un plazo de 48 horas debes recibir el contacto o respuesta.

2- **Llamar directamente a la agencia** o franquicia de tu zona y pide hablar con un comercial. Esta acción va a resultar muy reveladora. Ten en cuenta los siguientes factores:

- Responden a la llamada o no responden ¿tienes que insistir?
- ¿Se identifican al responder con su nombre y el de la compañía?
- Te atienden con amabilidad o te da la sensación que tu llamada molesta. Ten en cuenta que eres un posible nuevo cliente y tienes dudas sobre el funcionamiento.
- Consigues contactar con un comercial o ¿solo has podido dejar un recado?
- 

3- **Boca a boca.** Pide referencia de colaboradores o conocidos. Las compañías las hacen las personas. Y va a marcar la diferencia el equipo de personas que gestionan la agencia de tu zona, mucho más que la imagen que puedas tener de la compañía a nivel general. Consulta con tus contactos las que funcionan bien y las que no en tu zona o C.P..

## 2. La Negociación

---

En el sector del transporte urgente hay diferentes servicios y múltiples **complementos** y **extracargos**, o cargos adicionales al servicio. Debes tener claro qué cargos adicionales te pueden llegar a la factura para no llevarte sorpresas con tus costes de envíos. Los más habituales son los ocasionados por un **cambio de dirección en destino** y en menor medida un **rechazo de mercancía** por parte de tu cliente. Este caso se da cuando el envío va a contrareembolso y en el momento de la entrega no tienen el dinero preparado, aunque ya muchas compañías permiten este pago por Bizum. También se puede dar cuando el envío lleva asignado un retorno de mercancía o devolución de material y este retorno no está preparado.

También puedes pedir que antes de generar cualquier cargo extra se te pida autorización, y seas tu quien autorice estos cargos.

Por lo tanto, cuando hables con tu gestor o comercial debes centrar la conversación en lo que a ti te interesa y ver que variables o complementos te puedes encontrar en cada caso.

# 3. Cómo Empiezo

---

Una vez has decidido con qué empresa o compañía vas hacer tus envíos deben darte de alta en su sistema informático. Lo normal es que te faciliten un **formulario** para que les dejes tus datos fiscales y bancarios y también te deben pedir la correspondiente autorización de protección de datos.

Este proceso debe terminar con un mail de bienvenida, en el que te dan instrucciones de como vamos trabajar o relacionarnos. Lo normal es que te faciliten tus códigos de **acceso al área privada de la web** para solicitar servicios, recogidas y seguimiento de los envíos.

También debe quedar claro cómo o en qué momento van a recogerte tus envíos y la hora de paso. Si tienes envíos a diario, este proceso se simplifica con lo que se llama la **recogida fija**, que a su vez puede ser diaria o alterna. Con esta recogida fija se automatiza este proceso y el conductor pasa todos los días en una franja horaria pactada, sin necesidad de estar avisando cada día.

# 4. Integración Si - Integración No

Si eres un eCommerce o tienes perspectivas de generar cada vez mas envíos es fundamental que estés integrado con el sistema informático de tu mensajería.

Hay varios niveles:

- Web para introducir los envíos de forma **manual**.
- Integración a través de fichero **excel**.
- **Modulo de integración** para tu tienda online.

Esto te permite:

1. Etiquetar tú la mercancía con la etiqueta definitiva y evitar errores de cruce de etiquetas.
2. Asegurarte que se introducen todos los datos y de forma correcta, incluido el teléfono y mail de tu cliente.
3. Introducir los datos de los pedidos de forma sencilla, bien con un excel o con un modulo para tu tienda online.
4. Escalabilidad de tu negocio. Con la integración no es un problema que tus envíos se multipliquen, ya que te va costar el mismo proceso generar un envío que 100.
5. La información. En el caso del modulo la información fluirá en los dos sentidos, de tu tienda al sistema de la mensajería para generación de pedidos y de este a tu tienda para informar del estado de cada pedido.

# 5. Cómo elegir mi Servicio ideal

---

Para saber qué servicio elegir hay que ver dos factores:

- La urgencia que tiene mi cliente por recibir la mercancía. Esto puede variar en función de si el envío va dirigido a un domicilio particular que genera más ausencias y puedes elegir un servicio más económico, o va una empresa y buscas una entrega efectiva en 24 horas.
- El segundo factor es el margen comercial de mi producto. Si tu margen es bajo te ves obligado a escoger un envío más económico, y si por el contrario el margen de tu producto es mayor puedes elegir un servicio premium.

# 6. Comparador o Agencia

---

Hay muchas personas que trabajan con **compradores de envíos**. Un comprador de envíos es una empresa, por lo general online, que te ofrece el servicio de varias compañías, viene a ser un intermediario. Esta opción puede ser válida para envíos esporádicos o envíos no profesionales. Una ventaja de los comparadores de envíos es que te permite conocer varias opciones del mercado y al mismo tiempo ver la efectividad del conductor que viene a recoger en tu zona y los horarios de paso que tiene. Esta información es muy útil a la hora de elegir tu agencia habitual.

Por otra parte, trabajar directamente con una **agencia o franquicia de mensajería** te ofrece la agilidad y seguridad de estar en contacto directo con las personas que gestionan tus envíos y recogidas. Cuando tengas que hacer cambios, improvisar horarios, gestionar las incidencias que se pueden producir con tus envíos o realizar diferentes reclamaciones, el trato directo personalizado con tu agencia te va a ofrecer múltiples ventajas.

# 7. Seguro Si Seguro No

---

Por ley, todas las empresas deben indemnizar a sus clientes con la **L.O.T.T.**(Ley de ordenación del transporte terrestre. Esta obligación, que no es un seguro aunque en ocasiones se confunde, tiene un importe de indemnización de 5,92€/kg Facturado.

Además de esta obligación, las compañías ofrecen un **seguro opcional**, a petición del cliente, por un coste aproximado al 6% del valor de los portes, y amplían esta cobertura hasta los 600€ en muchos casos y en otros algo más. Tienes que conocer, también, que esta posible reclamación siempre se realiza en en valor de reposición, a precio de coste. En caso contrario se trataría de una nueva venta y esto ningún seguro lo va aceptar.

La cuestión aquí es saber diferenciar las dos opciones y elegir la mejor para tus intereses.

## ¿Cómo saberlo?

Tienes que hacer el calculo en función del peso medio de tus envíos, el coste de tu mercancía y la indemnización por LOTT (5,92€/kg).

Lo vamos a entender con un ejemplo muy fácilmente:

Mi mercancía media pesa 2 kg.

El ticket medio es de 50€

Con la Lott tendrías una indemnización de apenas 12€ y compensaría tener el seguro opcional.

Realizando este sencillo ejercicio te puede ayudar a tomar la mejor solución, aunque otro factor a tener en cuenta es cuántos siniestros o reclamaciones tengo al año.

# 8. Embalajes y Seguridad

---

En este punto es muy importante la **preparación del pedido**.

Cuanto mejor se prepara un pedido mejor llega a destino. Y hay que tener en cuenta que una mercancía sufre mucho más por transporte urgente que cuando lo transportas en el maletero de tu coche, ya que en el plazo de unas 10 horas aproximadamente va a cruzar el país de punta a punta con tránsito medio de 5 vehículos junto con otra mercancía, y al menos una plataforma, un sorter de clasificación con rampas y se va apilar en jaulas con mas mercancía. Por lo que es muy importante no escatimar en **embalaje de protección**, que la mercancía no se mueva dentro de la caja, y el embalaje se ajuste a la mercancía que se quiere transportar.

Si tu mercancía es frágil, contiene cristal o es perecedera, debes trabajar de la mano con tu agencia hasta conseguir, a través de una correcta preparación del pedido, que toda tu mercancía llegue perfecta a destino, y consigas una experiencia de compra excelente para tus clientes.

# 9. Complementos de Servicio

---

Ya hemos visto en el punto 2 algunos complementos, pero hay más. Y debes saber como utilizarlos en beneficio de tus clientes, y cito algunos para que te vayas familiarizando con ellos.

- Entrega Sábado.
- Km extra-radio.
- Recogida sin mercancía.
- Duas.
- Acuse de recibo.
- Gestión en destino.
- Tiempo de espera.
- Reembolso.
- Anticipo.
- Portes debidos.

Todos estos van a llevar un cargo añadido a tu envío, y sólo cito los principales.

# 10. Avisos Automáticos

---

Otro factor importante del servicio son los **avisos automáticos** de comunicación.

Los hay por SMS y por mail. Y aunque los SMS tiene un coste para la agencia, es muy raro que te facturen por ello, ya que el beneficiario de los avisos es a partes iguales, tu cliente, tu agencia de transporte y por último tú.

Si estos avisos llegan a tu cliente y a ti, estáis avisados de la situación del envío y, en caso de una incidencia de no entrega, la reacción y solución es mucho mas ágil que si toda la responsabilidad cae sobre tu agencia.

Esta opción es totalmente **personalizable** con mensajes de estados de alta, en reparto, entregado, no hemos podido entregar tu envío, tipos de incidencia a mostrar etc.

# 11. Reembolsos

El servicio de reembolso es una opción de **cobro del importe** total o parcial, **del producto o mercancía**. Esta transacción económica se realiza **en el momento preciso en que se hace la entrega del envío**. Si el cliente no abona el importe estipulado en el envío la entrega nunca se realiza. Tu mensajería te liquidará este importe en un plazo medio de 10 días desde que salió el envío, pero hay que tener en cuenta que hasta que tu cliente no paga la mercancía no se pone en marcha el proceso de liquidación del reembolso.

Una cuestión importante a tener en cuenta, si te decides por utilizar o dar la opción a tus clientes de este servicio, es que se producen lo que se denomina **compras en caliente**. Esta hecho te va afectar en un porcentaje de devoluciones entre un 1% y un 5%. Por lo que te deberías plantear incluir un cargo extra a los clientes que se decanten por este servicio, y compensar estas posibles devoluciones.

Este servicio es un complemento del servicio de entrega, y en este caso lleva un coste económico con dos variables que nos van a facturar el valor más alto.

- **Coste mínimo.** El mínimo es el coste que vas a soportar en los envíos cuyo importe de reembolso sean más bajos. Lo normal es que los envíos que no superen los 100€ te facturen el coste mínimo, y el precio de este complemento varia según la compañía y el volumen de envíos que hagas puede oscilar entre 2€ y 5€.
- **Coste variable.** Este coste se calcula por porcentaje, puede variar entre un 2% y un 5%. Y como ocurre en el mínimo, la frontera estar en torno a los envíos que superen los 100€

# 12. Logística Inversa

---

En la llamada **logística inversa**, tu cliente es el origen de la mercancía y el destino eres tu o tu almacén. Los servicios más comunes son las recogidas y los retornos.

En el caso de la recogida, es fundamental facilitar el horario y teléfono del cliente para una correcta gestión de la misma. Y el servicio de retorno es un servicio añadido o complementario a un servicio de entrega.

Si en la entrega el cliente no devuelve el retorno, la entrega no se produce. Este servicio esta enfocado en el cambio de mercancía.

# Gracias

---

Espero que te haya resultado de interés y pongas en practica aquellos puntos que mas encajan con lo que necesitas en este momento.

Llevo muchos años dedicado al mundo del transporte urgente, y la información que se recoge en esta guía es la base de cientos de conversaciones que he mantenido con personas que necesitan utilizar este servicio.

Mi primera empresa de transporte urgente la creé en Donostia-San Sebastian, (ciudad donde nací) hace mas de 21 años y desde hace 11 soy Delegado de Tipsa en Azuqueca de Henares.

Durante mi trayectoria profesional también he desempeñado cargos de dirección de expansión llevando la coordinación de mas de 180 agencias durante 14 meses. Lo que me proporciona una visión global del sector del transporte urgente en España.



[fernando.simal@tipsaazuqueca.es](mailto:fernando.simal@tipsaazuqueca.es)

**FERNANDO SIMAL**