

# AUTOMAÇÃO NO RASTREAMENTO DE E-COMMERCE:

Como melhorar sua relação com os  
clientes e com as transportadoras



O QUE VOCÊ  
**VAI APRENDER**  
NESTE E-BOOK

1. Introdução
2. Como funciona a integração com as transportadoras
3. Informações disponíveis nas ferramentas de rastreamento
4. Administre a ansiedade do cliente
5. Conclusão



# INTRODUÇÃO

## Introdução

A logística é uma área de grandes desafios no e-commerce brasileiro. Atualmente, muitas lojas virtuais não têm visibilidade da operação logística e, por isso, é comum que muitos gestores só tomem conhecimento de problemas existentes quando o cliente, insatisfeito, entra em contato com o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Nesses casos, é preciso primeiro identificar a origem do problema e, se o produto já foi despachado pela loja, entrar em contato com a transportadora, aguardar um retorno e, só então, responder ao comprador, que pode ficar ansioso e ainda mais insatisfeito com a demora no retorno.

Para mudar essa lógica passiva de atendimento e atuar de maneira mais proativa diante dos problemas de entrega, é necessário que as lojas virtuais se integrem com os sistemas de informação das transportadoras, o que demanda custo de desenvolvimento e tempo. E apesar da necessidade de visibilidade e gestão sobre a operação de entrega, esta não é uma tarefa simples, pois não há um padrão de integração com as transportadoras, o que dificulta a tarefa de interpretar as informações específicas de cada uma sobre o status de entrega dos pedidos.

Além disso, caso o e-commerce deseje trocar ou adicionar alguma outra transportadora, necessariamente terá que arcar com os custos de integração, o que torna oneroso o processo de solucionar este problema sozinho.

Com o objetivo de apresentar uma solução a este problema tão comum, este e-book pretende mostrar:

- 1** Como funciona a integração da tecnologia de rastreamento com as transportadoras;
- 2** De que forma as informações produzidas pelo software podem ajudar a avaliar a qualidade do trabalho das transportadoras;
- 3** Como a ferramenta de rastreamento pode ser usada para minimizar a ansiedade do consumidor final e reduzir os contatos no SAC.

Esperamos que o conteúdo ajude seu negócio.

**Boa leitura!**



# COMO FUNCIONA A INTEGRAÇÃO COM AS TRANSPORTADORAS

Todas as transportadoras possuem um sistema de gestão interno, porém com diferentes níveis de tecnologia e controle sobre o processo de entrega das mercadorias. O nível de tecnologia influenciará na facilidade ou complexidade de integração, e o controle sobre processo de entrega determinará a qualidade de informação que a respectiva transportadora conseguirá deter.

Como cada transportadora tem sua peculiaridade de integração, os e-commerces que desejam ter visibilidade sobre as operações de entrega acabam alocando recursos técnicos e tendo que investir continuamente em tecnologia. E este não deveria ser um fator crítico para decidir trabalhar com mais transportadoras, pois quanto maior o conhecimento sobre o transporte das mercadorias e as transportadoras que conseguem atender bem uma determinada região ou tipos de produtos, maior a economia com o transporte e melhor os prazos negociados. É por isso que os e-commerces com operações mais maduras costumam trabalhar com diversas transportadoras.

Para contornar os problemas de integração e comunicação, foram desenvolvidas tecnologias de rastreamento para gestão logística, que já são integradas com as principais transportadoras e que oferecem as informações necessárias ao monitoramento da entrega, provendo visibilidade gerencial e a oportunidade de tratar os problemas de maneira proativa.

A ferramenta do Shipfy, parceira do Axado, é um exemplo: ela integra com mais de 400 companhias de frete. Ou seja, o software capta, interpreta e padroniza os dados de rastreamento das transportadoras. A partir disso, consegue prover uma visão gerencial das informações das transportadoras contratadas, permitindo avaliar o desempenho de cada uma delas e tomar decisões estratégicas sobre a logística do e-commerce.



A integração com o Shipfy funciona da seguinte maneira :



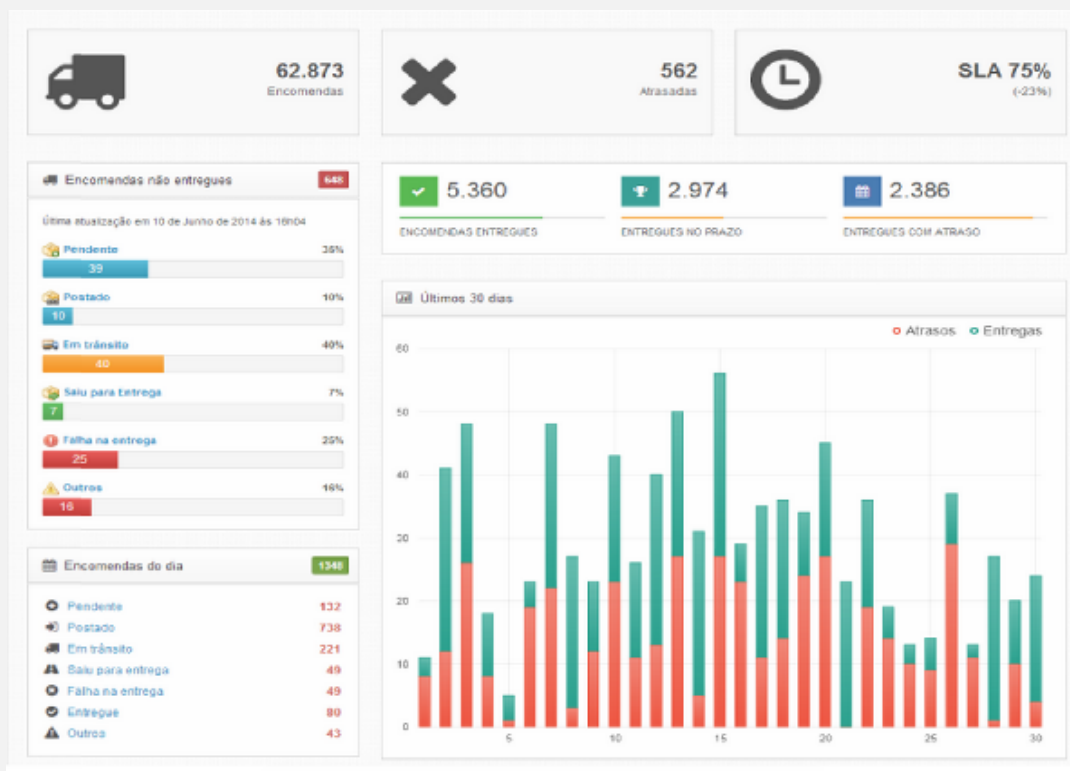
- A loja online envia as informações dos clientes e dos pedidos faturados para a API do Shipfy e informa as transportadoras com as quais trabalha. Não há necessidade de integração com a plataforma de e-commerce utilizada, pois a loja online não necessita de nenhum retorno, apenas envia as informações que possui (como nome do cliente, CPF, e-mail, número da NF, número do pedido, etc) para que, ao logar no Shipfy, todos os pedidos e status já estejam atualizados, de acordo com as últimas informações rastreadas nas respectivas transportadoras.
- O sistema de rastreamento é um modelo SaaS. Em outras palavras, pode ser acessado via web, sem que seja necessário instalar nenhuma aplicação na máquina do usuário. O software tem alto padrão de segurança de acesso e de troca de informações.












# INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS NAS FERRAMENTAS DE RASTREAMENTO

Um sistema de rastreamento é uma ferramenta que permite gerir a logística do pós-venda e visualizar uma série de gráficos, mapas e informações. A partir deles, o gestor de e-commerce consegue identificar problemas e propor soluções de forma mais assertiva.

Na tela abaixo, é possível visualizar o status das entregas sob os seguintes critérios:



-  **Pendente:** produto não chegou à transportadora;
-  **Postado:** produto chegou à transportadora e passa a estar sob sua responsabilidade;
-  **Em trânsito:** produto saiu da transportadora rumo à entrega;
-  **Saiu para entrega:** produto chegou ao ponto de distribuição mais próximo da casa do cliente e deve ser entregue em poucas horas;
-  **Falha na entrega:** houve problema de responsabilidade da transportadora. Nesses casos, a loja pode avisar previamente o cliente sobre possível atraso;
-  **Não será entregue:** produto sofreu furto ou extravio. Nesses casos, a loja precisará retomar o ciclo de entrega (separação do estoque, enviar para a transportadora, etc.) e avisar o cliente sobre o ocorrido de forma antecipada;
-  **Ocorrência:** dados inconsistentes referentes ao endereço;
-  **Outras:** demais problemas com a transportadora que podem afetar a entrega;
-  **Entregue:** produto chegou às mãos do cliente.

A ferramenta permite o acompanhamento da entrega nos últimos 30 dias e indica quais as regiões (por estado, município ou ranges de CEP) que mais estão sofrendo com atrasos. Com a análise do gestor, torna-se possível, por exemplo, identificar quais problemas são pontuais e quais são estruturais. A partir disso, é possível propor soluções assertivas, que podem ter efeitos em escala nos períodos seguintes.

Outra vantagem do sistema é que ele também calcula o acordo de nível de serviço (Service Level Agreement ou SLA), que indica o quão satisfatório é o trabalho da transportadora. Esse índice leva em conta atrasos e pontualidade em relação à data de entrega prometida.

Por exemplo: o sistema está exibindo, por dois dias consecutivos, problemas de atraso recorrentes nos CEPs que começam com 11370, durante o mês de janeiro. O gestor, que está no Rio de Janeiro, vai identificar que há problemas no município de São Vicente (SP) e procurar saber o que ocorre na cidade. Ao se informar, descobre que houve enchentes na região e, por isso, algumas ruas estão inacessíveis. A partir disso, ele identifica que o problema não é com a transportadora e pode programar mensagens automáticas para os clientes daquele CEP sobre “possíveis atrasos devido à enchente da última semana”.

OFF Pendente ON Postado ON Em trânsito OFF Falha na entrega ON Saiu para entrega ON Entregue OFF Outros

Tags para Customização do e-mail

[WEBSITE] [WEBSITEURL] [CUSTOMER] [CARRIER] [TRACK-CODE] [TRACK-LOCATION] [TRACK-STATUS] [TRACK-DESCRIPTION] [TRACK-URL] [ORDER-NUMBER] [DATE-TO-DELIVERY]

[WEBSITE] - Informações sobre a entrega **Personalize sua mensagem com o nome do cliente**

Pendente Postado Em Trânsito Saiu Para Entrega Entregue Falha na Entrega Outros

X Undo Redo Bold Italic Text Color Background Color Bulleted List Numbered List Indent Left Indent Right Link Unlink Code Source

**B I S T** Estilo Formata... ?

[CUSTOMER],

Seu Pedido de número [ORDER-NUMBER] foi confirmado e recebido pela nossa equipe de logística e já está sendo separado para postagem.

Assim que seu pedido for postado junto a transportadora enviaremos um e-mail informando.

Muito obrigado por escolher nossa loja.

Departamento de Vendas  
[WEBSITEURL] **Assine com o nome da sua loja**

Em outro cenário, ele percebe que não há nenhum problema viário ou relacionado a catástrofes. Percebe falhas semelhantes em outro CEP, na mesma cidade. A partir disso, ele pode tomar providências em relação à transportadora que o atende na Baixada Santista, advertindo-a ou suspendendo o contrato, conforme a relação e o contrato que tiverem estabelecido.



ADMINISTRE A  
ANSIEDADE DO CLIENTE

Como é impossível ter uma logística perfeita, sem atrasos nem acidentes, o e-commerce deve usar essas informações de rastreamento e investir na comunicação com os clientes. Ou seja, se o atraso é inevitável, entre em contato com quem comprou, antecipando o problema e reduzindo as expectativas do consumidor.

Outra medida interessante é avisar, via e-mail e SMS, cada movimentação da compra, a fim de gerenciar a ansiedade do cliente e evitar possíveis ligações ao SAC. Esse serviço de mensagens pode ser programado automaticamente pelo próprio sistema de rastreamento, desde que programado previamente pelo gestor de e-commerce.

Ao usar bem os recursos para relacionamento com o cliente, você obtém uma série de benefícios:



Reduz as desistências e devoluções de pedidos por atrasos de entrega;



Diminui a quantidade de atendimentos via telefone e e-mail no SAC por conta de atrasos;



Melhora a experiência de compra do cliente, que afeta diretamente no efeito de “publicidade espontânea” e na taxa de retorno.



Se deu tudo certo e a entrega foi concluída com sucesso, vale usar o Net Promoter Score (NPS), método de pesquisa utilizado mundialmente para indicar a satisfação do cliente através do nível de intenção do consumidor de indicar a loja para um amigo, logo após o SMS de confirmação da entrega. Ele será mais um índice de avaliação da satisfação do cliente em relação à sua loja.

Para ter como referência: segundo a pesquisa mais recente da e-bit, o NPS do comércio eletrônico brasileiro alcançou 60,46% em junho de 2014, um aumento significativo em relação aos 49,45% registrados em janeiro do mesmo ano.

Normalmente, também se faz algumas perguntas relacionadas, como:

- 1** O prazo atendeu à expectativa?
- 2** A embalagem estava de acordo com o esperado?
- 3** A qualidade do produto estava satisfatória?
- 4** O entregador/motorista foi simpático?



CONCLUSÃO

Este e-book pretendeu mostrar como o rastreamento das entregas no e-commerce melhora a experiência de compra do cliente e, conseqüentemente, traz benefícios aos negócios. Dessa forma, monitorar com qualidade o trabalho das transportadoras reduz custos com SAC e logística reversa, aumenta a taxa de retorno e permite um bom atendimento, que enriquece a reputação da loja.

Já há tecnologia para superar as dificuldades de integração com as transportadoras e você pode saber mais contatando o Axado pelo telefone [\(48\) 3047-4704](tel:(48)3047-4704) ou envie um e-mail para [contato@axado.com.br](mailto:contato@axado.com.br).

Estamos à disposição para atendê-lo!

Para baixar mais materiais educativos voltados à gestão de frete e logística em e-commerce, acesse [www.axado.com.br](http://www.axado.com.br).



Muito obrigado pela leitura, até a próxima e bons negócios!