



DESCARTES™

Melhores práticas para o Last Mile Delivery

Estratégias, táticas e abordagens tecnológicas para criar uma experiência de entrega de ponta a ponta que faz a diferença

COMECE AGORA >

Melhores práticas para o Last Mile Delivery



As estratégias, táticas e tecnologias de entrega evoluíram rapidamente para empresas B2C e B2B. Os líderes do setor provaram que podem competir com base na força de suas capacidades de entrega. O mito de que níveis mais altos de serviço resultam em aumento de custos foi dissipado e, de fato, quando combinado com tarefas de valor agregado, a entrega torna-se um gerador de receita significativo. O que era considerado capacidade de entrega de ponta há cinco anos ficou para trás e agora as empresas que não analisarem profundamente suas capacidades de entrega rapidamente se encontrarão em desvantagem competitiva.

A lição aprendida com os inovadores de entrega nos setores de varejo e distribuição em todo o mundo é que a tecnologia e a vontade de romper com o pensamento tradicional de logística é o que separa seu desempenho do resto do pacote. A grande notícia é que o tamanho da empresa não tem nada a ver com a capacidade de transformar o desempenho do last mile delivery - tudo começa com uma perspectiva e visão diferentes para transformar a entrega em uma arma competitiva. A tecnologia é um facilitador importante do desempenho de entrega de classe mundial, pois seu impacto abrange desde a geração de demanda até a experiência pós-entrega. Este e-book explica as estratégias, táticas e abordagens tecnológicas que criam uma experiência de entrega de ponta a ponta que faz a diferença.



Personas de entrega ao cliente



Há uma classe de clientes que são ricos em dinheiro e escassos em tempo, ou seja, gastam muito se as mercadorias não forem entregues em um prazo curto. Eles querem a entrega o mais rápido possível e não ficam esperando o dia todo. Isso pode incluir produtos de alto valor em compras por impulso, itens de reposição ou até mesmo materiais de construção, por exemplo. Esses clientes também são mais propensos a pagar pelo privilégio e não são necessários muitos deles para compensar uma quantidade significativa dos custos gerais de entrega.

A conveniência é importante
Muitos itens de grandes dimensões se encaixam nessa categoria. Esses clientes não valorizam a entrega rápida, e sim uma janela de tempo apertada. Por exemplo, uma reforma de cozinha pode exigir a compra de cinco eletrodomésticos, mas o cliente não deseja a entrega no dia seguinte porque consumiria a garagem por semanas até que o cômodo estivesse pronto. Em vez disso, os aparelhos precisam ser entregues em uma data e hora específicas no futuro, quando o empreiteiro estiver pronto para instalá-los.

Custo, Custo, Custo
Esta é uma opção de entrega autoexplicativa. Esses clientes são extremamente sensíveis aos custos e terão o serviço de entrega mais lento se isso economizar dinheiro. Eles estão dispostos a esperar dias pelo produto e se não se importam quando a encomenda chegará.



Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

Cronograma de agendamento de entrega dinâmica

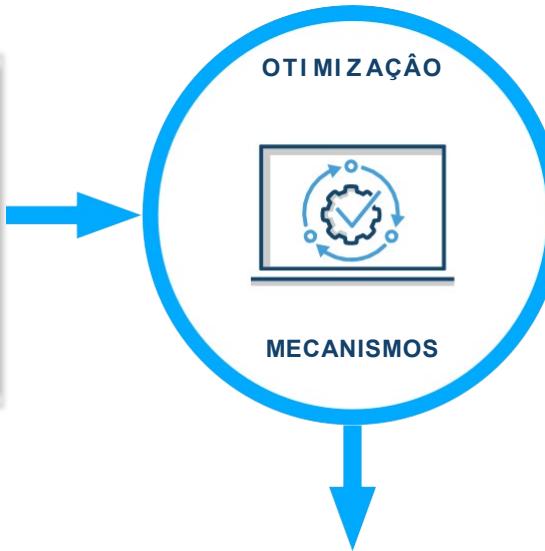
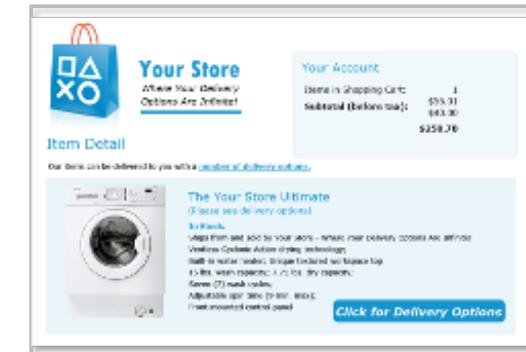


O sucesso começa durante o processo de pedido, onde há a maior oportunidade de influenciar o cliente a aceitar opções de agendamento de entrega que beneficiem o vendedor. Cada marcação de entrega é única e depende não só da encomenda, mas também de todas as outras encomendas existentes. Fornecer opções de entrega para atender as pessoas de entrega é fundamental para criar uma experiência diferenciada para o cliente e aumentar a receita. As opções apresentadas podem beneficiar também o vendedor, reduzindo custos e maximizando a capacidade de entrega.

O agendamento dinâmico de entregas oferece várias opções simultaneamente e permite que o vendedor as apresente durante o processo de compra. Cada opção de entrega é classificada para o desempenho de entrega do vendedor, para que ele possa determinar em tempo real quais opções apresentar ao cliente. Como essas opções são geradas dinamicamente, elas podem ser exclusivas para o tipo de cliente, tamanho da venda, entre outras, e o vendedor pode exibir as opções que potencialmente atendem às necessidades do cliente e são as mais econômicas para ele – daí o conceito de escolha lucrativa.

Outro benefício do agendamento dinâmico de entregas é que ele elimina entregas não programadas ou inviáveis, isso porque o cliente só recebe opções viáveis para selecionar. Para produzir mais opções, o agendamento dinâmico de entregas requer tecnologia de otimização em tempo real que considere a malha viária, tipo de veículo e capacidade, regras operacionais, preferência do cliente e pedidos existentes.

CRONOGRAMA DE AGENDAMENTO DE ENTREGA DINÂMICA



ENTREGA PADRÃO GRATUITA		ENTREGA PREMIUM (\$10.00)		ENTREGA NO MESMO DIA (\$25.00)	
Quarta-feira 24 de abril 2020	Quinta-feira 25 de abril 2020	Sexta-feira 26 de abril 2020	Sábado 27 de abril 2020	Domingo 28 de abril 2020	Segunda-feira 28 de abril 2020
7am-9am					
9am-11am		●	●		●
11am-1pm		●	●	●	●

O QUE:

- Gera dinamicamente opções de agendamento de entrega durante a venda

POR QUÊ:

- Oferecer menor custo para opções de entrega
- Criar densidade de entrega
- Eliminar entregas não programadas/inviáveis
- Vender serviços de entrega premium

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

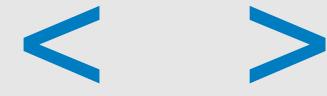
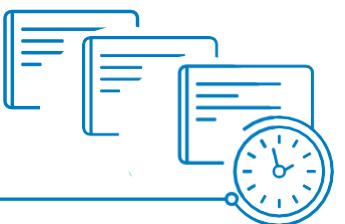
O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando Oportunidades

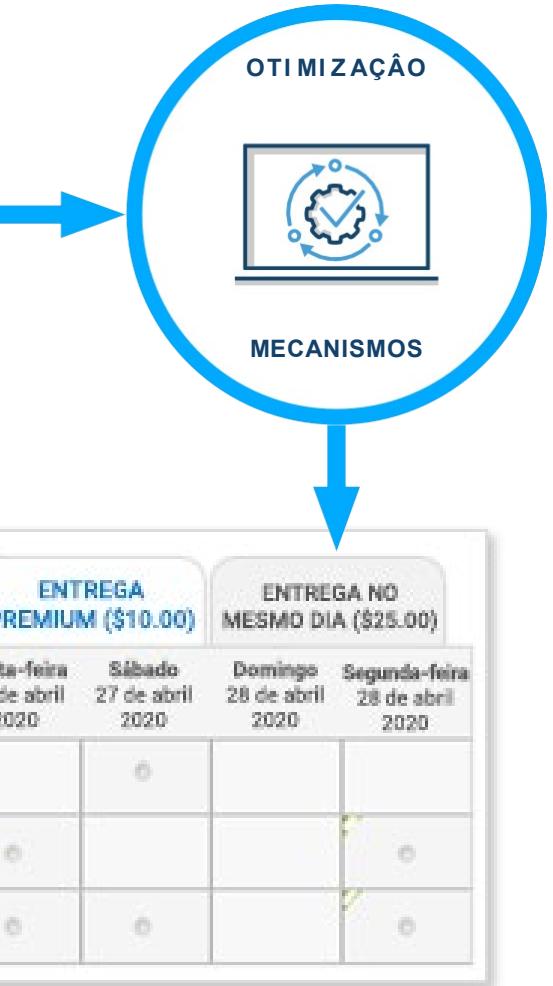
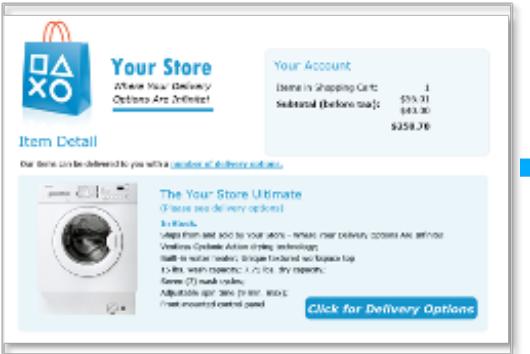
Sobre a Descartes Systems Group

Múltiplas janelas de tempo



Parte da estratégia de entrega baseada em persona é oferecer diferentes opções de entrega e gerar receita incremental aos clientes que estão dispostos a optar por opções premium. Normalmente, as opções de entrega premium são as mais rápidas e/ou com maior precisão, como janelas de tempo no mesmo dia ou dentro de uma hora. Não é preciso muitos clientes para gerar milhões em receita incremental. Uma série de empresas que usaram essa técnica indica que de 20% a 25% de seus clientes escolhem janelas premium ou serviços rápidos.

MÚLTIPLAS JANELAS DE TEMPO



O QUE:

- Gera várias opções de entrega baseadas no valor percebido para o cliente

POR QUÊ:

- Oferece opções para atender às necessidades de diferentes pessoas de entrega
- Cria oportunidade para aumentar o valor e gerar receita
- Uma aceitação de 20% pode resultar em milhões em receita incremental

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group



A escolha de entrega de um cliente pode ser influenciada em benefício do vendedor. Uma abordagem a ser usada é a “entrega ecológica”. Muitos clientes querem comprar de vendedores que desejam ajudar o meio ambiente. As janelas de tempo de entrega ecológica são opções de entrega próximas aos compromissos de entrega existentes e, portanto, exigem menos distância e combustível para serem executadas.

Menos combustível significa menos dióxido de carbono no ar e, portanto, ecologicamente mais amigáveis. As opções de entrega devolvidas com as maiores pontuações são as mais econômicas e ecologicamente corretas. Devido à distância mais curta para fazer a entrega – normalmente em 20% – as entregas ecológicas são as mais econômicas. Trata-se de uma opção vantajosa para clientes e vendedores.

DIRECIONANDO O CLIENTE



ENTREGAS ECOLÓGICAS TEM EM MÉDIA 20% MENOS DISTÂNCIA POR ENTREGA

	ENTREGA PADRÃO GRATUITA	ENTREGA PREMIUM (\$10.00)	ENTREGA NO MESMO DIA (\$25.00)			
	Quarta-feira 24 de abril 2020	Quinta-feira 25 de abril 2020	Sexta-feira 26 de abril 2020	Sábado 27 de abril 2020	Domingo 28 de abril 2020	Segunda-feira 27 de abril 2020
7am-9am						
9am-11am						
11am-1pm						

O QUE:

Oriente os clientes para opções de agendamento de entrega que beneficiem a empresa

Exemplo: entrega ecológica: “Já que estamos entregando no bairro, você não gostaria de ajudar o meio ambiente...”

POR QUÊ:

- Reduza os custos de entrega
- Apresentam serviços premium

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

Precificação dinâmica



PRECIFICAÇÃO DINÂMICA

O preço dinâmico é uma combinação de orientação ao cliente e serviços premium, onde o custo da janela de entrega é determinado com base nas pontuações de cada slot de entrega. A precificação dinâmica permite que o vendedor reflita melhor o custo de cada opção de entrega para o cliente e leve em consideração a capacidade disponível em uma região para influenciar o cliente a escolher aquela opção de entrega. Para os clientes que valorizam uma determinada janela de tempo independentemente do custo, a precificação dinâmica ajuda a maximizar a oportunidade de receita.



O QUE:

Atribua dinamicamente preços de entrega com base na pontuação do slot Descartes Reservations

POR QUÊ:

- Opções de slot de entrega de preço correto
- Oriente os clientes para melhorar a densidade de entrega

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

Modelagem de Demanda

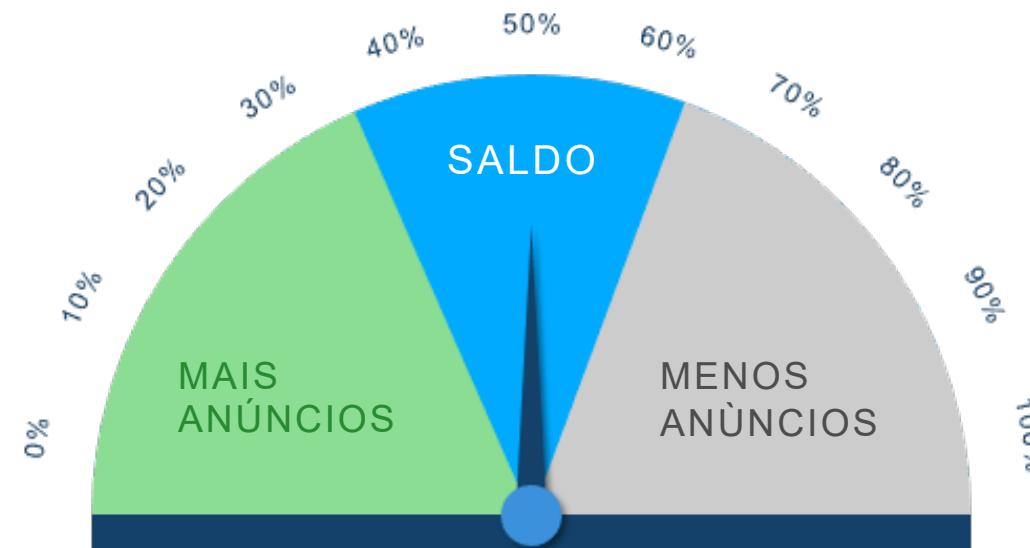


Garantir que a demanda e a capacidade de entrega estejam em sincronia é fundamental para fornecer uma experiência superior ao cliente de e-commerce. Em muitas empresas, a capacidade de entrega é limitada, pois os recursos (por exemplo, instaladores) são finitos e o trabalho não pode ser compartilhado com outros.

Além disso, os custos de marketing associados à geração de excesso de demanda são desperdiçados e desnecessários. Usar a utilização da capacidade de entrega para ajustar programas de marketing on-line como pay-per-click (PPC) pode ajudar a garantir que demanda não exceda a capacidade ou identifique regiões com capacidade subutilizada.

As informações de utilização da capacidade ao longo do planejamento podem ser usadas como parte dos algoritmos de geração de demanda de marketing para ajustar continuamente os programas para maximizar a receita, mas não ultrapassar a capacidade de entrega.

MODELAGEM DE DEMANDA



GERAÇÃO DE DEMANDA PAY-PER-CLICK ORIENTADO POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE DA ROTA

O QUE:

Use as informações de entrega para influenciar a geração de demanda

POR QUÊ:

- Otimize os custos de geração de demanda, minimize os excessos de capacidade ou atraia clientes para capacidade subutilizada

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group



Em muitos setores, a entrega no mesmo dia é um requisito ou se torna o novo diferencial. No entanto, ela pode sair sem precisão. A otimização no mesmo dia combina o agendamento dinâmico de entregas com o status dos veículos com base em GPS em tempo real.

Ela permite que os clientes ofereçam entrega no mesmo dia com prazo definido da maneira mais produtiva. A otimização no mesmo dia permite que as frotas recebam pedidos com horários de corte posteriores e forneçam opções de atendimento ao cliente mais dinâmicas ou premium. Ela agenda dinamicamente compromissos de entrega na programação de despacho ao vivo e considera informações baseadas em GPS em tempo real para otimizar a utilização da frota em conjunto com os requisitos da janela de entrega do cliente. Todas as atualizações e alterações na rota, paradas e atividades de serviço estão disponíveis em tempo real para os motoristas em seus dispositivos portáteis para mantê-los em movimento e o mais produtivo possível.



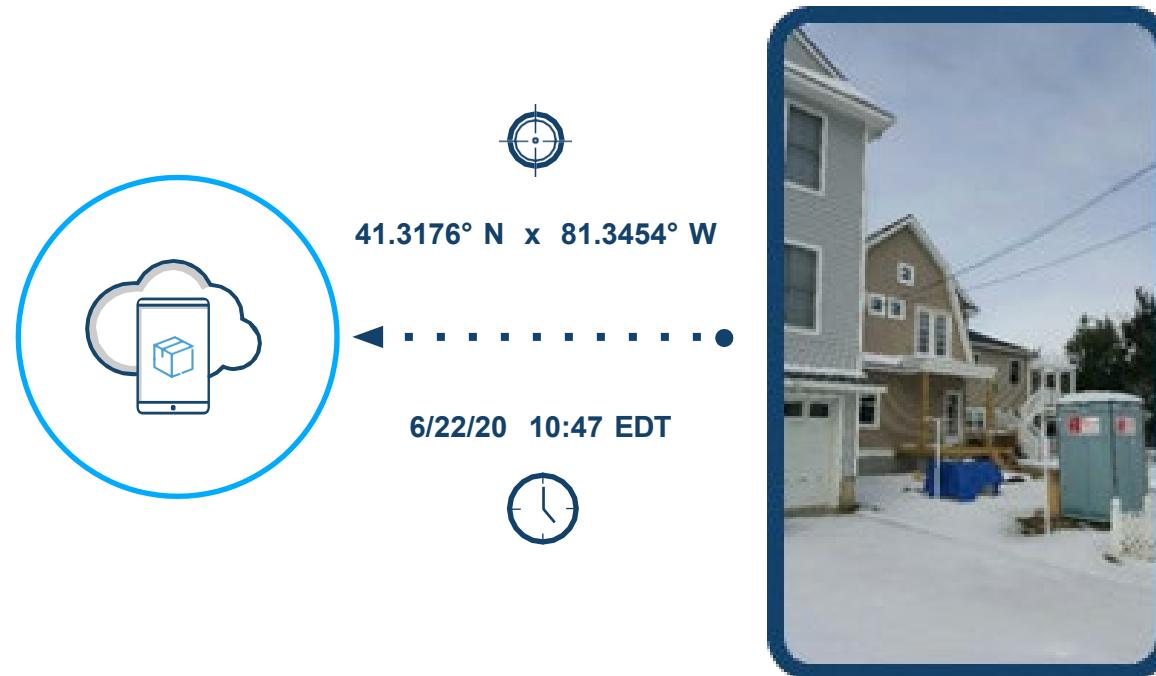
- Visão Geral
- Personas de entrega ao cliente
- Cronograma de entrega dinâmica
- Múltiplas janelas de tempo
- Direcionando o cliente
- Precificação dinâmica
- Modelagem de Demanda
- Otimização no mesmo dia
- Entregas sem contato
- Engajamento do cliente de ponta a ponta
- Logística voltada para o cliente
- O impacto do modelo Last Mile
- Mudando a conversa
- Criando oportunidades
- Sobre a Descartes Systems Group



A pandemia mudou a forma como os motoristas interagem com os clientes. O distanciamento social eliminou os processos de recebimento em papel e até mesmo a captura de assinatura eletrônica não é mais uma prática aceitável.

Embora as empresas ainda precisem coletar informações críticas para documentar a entrega, elas têm que eliminar o contato humano ao fazer isso. A entrega sem contato, também conhecida como "contactless delivery" lida com esse desafio combinando captura de imagem e tecnologia GPS para documentar efetivamente a entrega e manter o cliente e o motorista seguros

ENTREGAS SEM CONTATO



O QUE:

Informações de prova de entrega usando captura de imagem e coordenadas de GPS

POR QUÊ:

- Mantenha os motoristas seguros
- Reúna informações críticas de entrega para atualizações do cliente
- Reduza conflitos

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

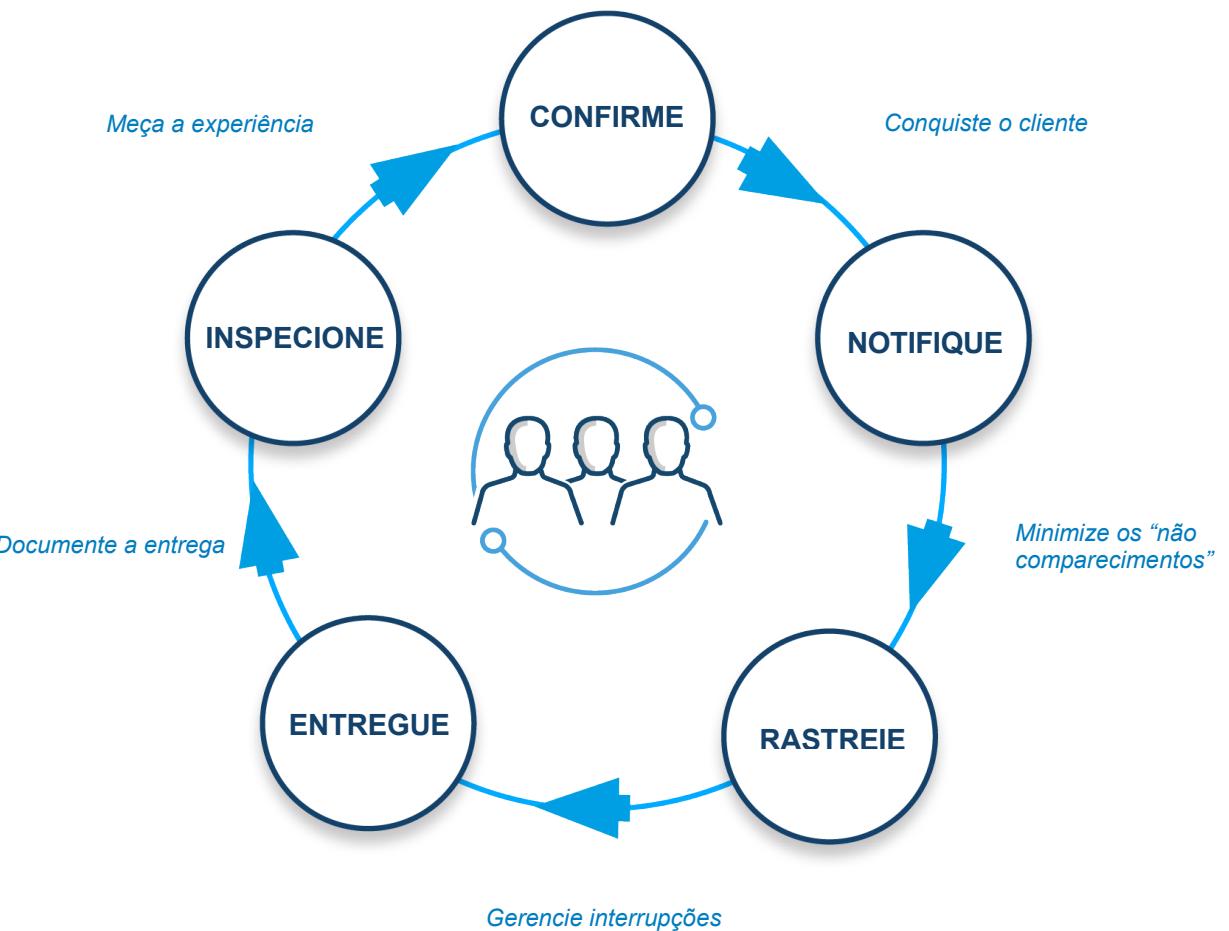


Envolver o cliente desde a compra até o pós-entrega melhora a experiência dele, auxilia no sucesso da entrega e reduz o custo para mantê-los informados. A informação de entrega é o pilar de uma estratégia de engajamento de ponta a ponta, desde a confirmação do compromisso de entrega, para notificar que a encomenda está a caminho, acompanhar o andamento da entrega, documentar a entrega e medir a experiência de entrega.

Isso não apenas deixa os clientes mais felizes quando eles sabem o status exato de sua entrega, mas também pode ser usado para ajudar a garantir que o cliente esteja lá quando a entrega chegar, que ele destrancou o portão e prendeu o cachorro para entregas autônomas.

O impacto no atendimento ao cliente também é significativo, pois a principal ligação dos clientes costuma ser para perguntar: "Onde estão minhas coisas?". As empresas que implementaram um processo de notificações de autoatendimento tiveram seus volumes de call center reduzidos em mais de 50%.

ENGAJAMENTO DO CLIENTE DE PONTA A PONTA



O QUE:

Status de entrega e notificações de prova de entrega e pesquisas durante o ciclo de vida da entrega

POR QUÊ:

- Melhore a experiência do cliente
- Reduza as falhas de entrega
- Reduza conflitos

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando Oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

Logística voltada para o cliente



Usando uma combinação de informações de serviço e entrega para criar valor substancial para o cliente.

A estratégia de entrega final é usar as informações e a capacidade de entrega para melhorar de forma mensurável a experiência do cliente de algum modo significativo que crie diferenciação competitiva. É a combinação de capacidade e informações em torno da entrega que permite ao cliente fazer algo que aprimore seus negócios ou experiência. Dois exemplos são as empresas US LBM e BC Sands.

A US LBM, distribuidora de materiais de construção, fornece aos seus clientes um aplicativo que fornece o status de entrega e outras informações importantes. As informações de entrega são críticas para os empreiteiros porque permitem que eles tenham suas equipes posicionadas onde o material de construção está ou se está prestes a chegar. A produtividade dessas equipes é fundamental para os empreiteiros, pois é o maior custo individual sob seu controle. Se eles não tiverem os materiais, eles ainda terão que pagar essas equipes. O aplicativo permite que eles evitem essa situação.

A BC Sands é outro distribuidor de materiais de construção e eles definem o agendamento de entrega no mesmo dia. Para muitos empreiteiros, os dias são intensos e eles fazem muitos pedidos na mesma data. Conforme mencionado anteriormente com o US LBM, ter o material no momento certo é fundamental para a produtividade da equipe. Como a BC Sands tem flexibilidade de pedidos e precisão de entrega, ela pode vender materiais a um preço premium.

SERVIÇO DE ENTREGA + INFORMAÇÃO = DIFERENCIAMENTO

Melhorar a produtividade da equipe contratada

APLICATIVO DA EMPREITEIRA

ENTREGA NO MESMO DIA COM A HORA DEFINIDA

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

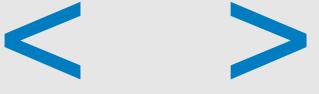
O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

O impacto do modelo Last Mile Delivery



Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile Delivery

Mudando a conversa

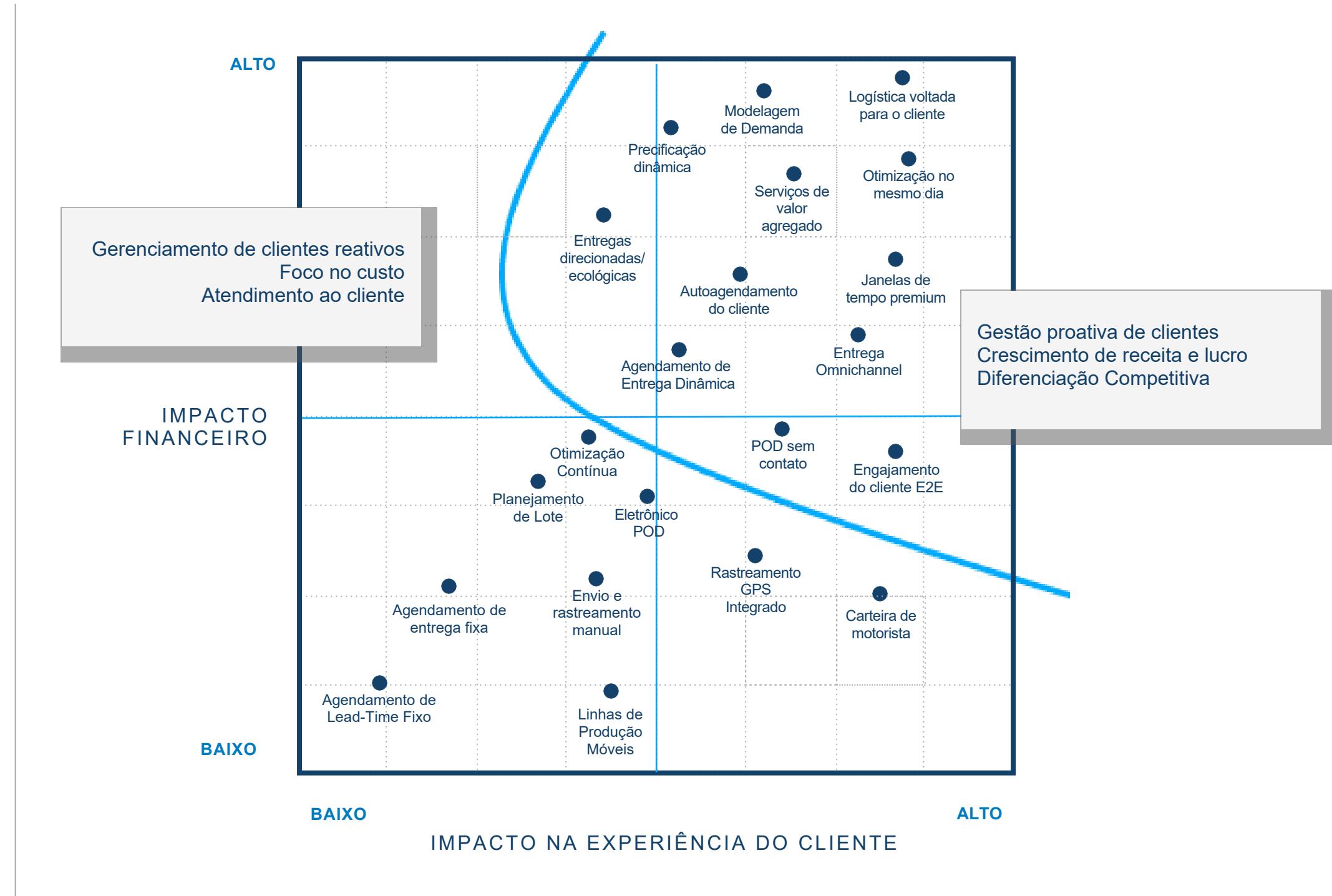
Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

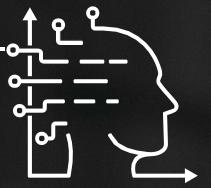
Várias estratégias de entrega podem ser empregadas, mas algumas são significativamente mais impactantes. Os dois maiores passos para passar de uma abordagem reativa à entrega para uma que cria diferenciação competitiva são:

1. Adotar uma estratégia que os clientes possam influenciar durante o processo de agendamento de entrega;
2. Entender que as informações de entrega são uma maneira forma de envolver o cliente.

Existem uma série de técnicas para impulsionar a receita, a diferenciação competitiva e a produtividade. Este gráfico contrasta o valor das abordagens tradicionais com o Last Mile Delivery, que tem as estratégias e táticas mais vantajosas para o mundo atual.



Mudando a conversa



Muitas organizações de logística possuem dificuldades para implementar estratégias e táticas avançadas de entrega. As empresas que fizeram isso inovaram de quatro formas.

Engaje a organização comercial. Eles são donos do cliente e da receita. Muitas das estratégias e táticas avançadas são voltadas para o cliente e os proprietários do cliente precisam entender e concordar em mudar o que pode ser conceitos de entrega muito enraizados e ultrapassados. Uma vez que eles começam a ver a diferença, eles se tornam os maiores defensores do avanço.

Mova a discussão de “fazer isso” para “conseguir mais”. A gerência geralmente vê a entrega como um centro de custo e um meio para obter o que foi vendido ao cliente. Mudar a discussão sobre como a excelência na entrega pode levar ao aumento da receita, uma experiência diferenciada do cliente e o aprimoramento da marca eleva a discussão sobre a capacidade de entrega para o C-suite.



Vincule a entrega ao conjunto mais amplo de métricas de negócios, não apenas às da cadeia de suprimentos. Se as únicas métricas de entrega forem o custo e a entrega completa e dentro do prazo, a importância da entrega nunca será compreendida. Em vez disso, acompanhe a contribuição da entrega para a receita e como os clientes avaliam a experiência geral de compra.

Envolve o cliente. Veja como os clientes usam os recursos e as informações de entrega de sua empresa para melhorar seus negócios ou vidas — ou não, devido às limitações de sua operação atual.

[Visão Geral](#)

[Personas de entrega ao cliente](#)

[Cronograma de entrega dinâmica](#)

[Múltiplas janelas de tempo](#)

[Direcionando o cliente](#)

[Precificação dinâmica](#)

[Modelagem de Demanda](#)

[Otimização no mesmo dia](#)

[Entregas sem contato](#)

[Engajamento do cliente de ponta a ponta](#)

[Logística voltada para o cliente](#)

[O impacto do modelo Last Mile](#)

[Mudando a conversa](#)

[Criando oportunidades](#)

[Sobre a Descartes Systems Group](#)

Criando oportunidades



A rápida evolução das estratégias, táticas e tecnologias de Last Mile Delivery oferece às empresas uma variedade de oportunidades que são necessárias na economia de entrega do mundo atual!



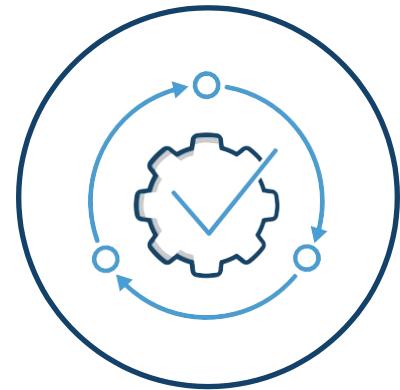
O agendamento dinâmico de entregas muda a dinâmica do Last Mile Delivery



A escolha da entrega é a chave para engajar os clientes e aumentar o lucro



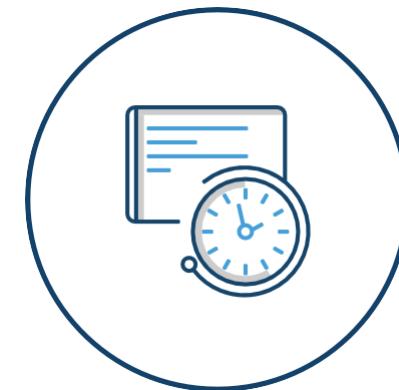
Existem inúmeras técnicas para gerar receita, lucro e diferenciação competitiva



As informações de entrega devem ser usadas desde a geração da demanda até o pós-entrega



Aprofunde-se para entender como as informações de entrega podem beneficiar seus clientes



Use o agendamento Omnichannel para sincronizar os canais de entrega, melhorando a agilidade e harmonizando a experiência do cliente

Visão Geral

Personas de entrega ao cliente

Cronograma de entrega dinâmica

Múltiplas janelas de tempo

Direcionando o cliente

Precificação dinâmica

Modelagem de Demanda

Otimização no mesmo dia

Entregas sem contato

Engajamento do cliente de ponta a ponta

Logística voltada para o cliente

O impacto do modelo Last Mile

Mudando a conversa

Criando oportunidades

Sobre a Descartes Systems Group

Sobre a Descartes Systems Group



Descartes (Nasdaq:DSGX) (TSX:DSG) é líder global no fornecimento de soluções de software, focadas em melhorar a produtividade, o desempenho e a segurança de negócios intensivos em logística. Os clientes usam nossas soluções modulares para rotear, agendar, rastrear e medir recursos de entrega; planejar, alocar e executar embarques; taxar, auditar e pagar faturas de transporte; acessar dados de comércio global; arquivar documentos aduaneiros e de segurança para importação e exportação e concluir vários outros processos de logística participando da maior comunidade de logística multimodal colaborativa do mundo. Nossa sede está localizada em Waterloo, Ontário, Canadá e temos escritórios e parceiros em todo o mundo.

Saiba mais em www.descartes.com/br e conecte-se conosco no [LinkedIn](#) e no [Facebook](#).

DESCARTES™

Descartes Systems Group Inc.
Avenida Dourado, nº 313- 2º andar- Edifício Residencial
Aquário -Vinhedo/SP - (11) 3868-1842
www.descartes.com/br | datamynedobrasil@descartes.com

Unido Pessoas e Tecnologia que
Movem o Mundo



Rede.



Aplicações.



Conteúdo.



Comunidade.