

Henri Le Bienvenu: «El e-commerce es un arma poderosa para las ventas y el marketing»

¿Qué cambios se darán entre el e-commerce y el consumidor luego de la pandemia?

Los hábitos de los consumidores van a experimentar muchos cambios no solo a nivel social, sino también a nivel comercial y económico, pues pasaremos de las compras presenciales a una mayor demanda de compras virtuales, donde las redes sociales y las páginas webs serán los puntos de atracción para los compradores. Estos cambios en los hábitos de compra están acelerando el crecimiento del comercio electrónico. Para tener una idea del tamaño del mercado virtual, solo en nuestra región existen más de 320 millones de usuarios de Facebook.

Con este panorama poscuarentena, ¿cómo será la dinámica de las compras vía online?

Si bien la pandemia estableció un alejamiento social y la paralización de actividades, las compras virtuales aumentaron durante la cuarentena. Esto seguirá en crecimiento después de ella. En ese sentido, serán los millennials los que tendrán una mayor actividad en el e-commerce, pues son nativos de internet, precursores de las redes sociales y las compras virtuales. Este segmento analiza rigurosamente cada producto vía online. Una vez realizada la compra, esperan que la entrega del producto se haga con la menor interacción social posible.

¿Qué ventajas ofrece el comercio electrónico?

La gran ventaja es su alcance global. Podemos llegar a miles de usuarios. El e-commerce permite estar presente en diferentes lugares del planeta, convirtiéndose así en un arma poderosa para las ventas y el marketing. Nos permite estar presentes e interactuar con nuestros clientes y consumidores las 24 horas. También facilita a recibir una retroalimentación de los clientes porque en cuestión de segundos podemos conocer su opinión, sus gustos y disgustos del producto, modelo de preferencia e incluso colores preferidos. Por tanto, al llegar a más clientes y tener una interacción inmediata con ellos, incrementa nuestra posibilidad de venta y nos permite dar a conocer más y mejor nuestra marca.

¿Qué tan importante es definir el perfil del comprador virtual?

Existen varias formas de hacer e-commerce, las mismas que se dividen por el tipo de cliente con el cual vamos a interactuar. Es así que tenemos la distribución de negocio a negocio (B2B), o la venta de negocio a consumidor (B2C). Estas dos formas son las que más interesan a las empresas. Además, para comercializar de forma electrónica existen diferentes alternativas, y una de ellas es a través de plataformas que sirven de intermediarias entre las empresas y sus grupos objetivos.

¿Cree que el e-commerce en Perú seguirá creciendo más que en otros países de la región?

El Perú tiene muy buen potencial para crecer en el negocio online. Algunos centros comerciales vienen informando en los medios de comunicación que están trabajando ya en proyectos de e-commerce y puntualmente para ellos el sistema click and

collect. Inclusive las empresas que ofrecen servicios están pensando en integrar su ofertas vía e-commerce. El aislamiento social ha sido un acelerador para este tipo de proyectos. Conociendo al empresario peruano, que es innovador y emprendedor, no dudo que el Perú lidere el desarrollo del e-commerce en la región. Los empresarios y el tiempo nos darán la razón.

En su experiencia con Maletек Perú, ¿qué plataformas han desarrollado?

Nuestra empresa es líder en el alquiler y venta de lockers (casilleros) con más de 18 años de experiencia en el Perú y más de 25 años en Chile. Contamos con una plataforma que permite a la empresa integrar su sistema de ventas con el cliente, a través de un courier, ya sea interno o externo, con sus inventarios y finalmente con su facturación. El sistema facilita el comercio con sus clientes de manera ágil y segura.

Dentro del e-commerce, ¿qué tan importante es el proceso del recojo de mercaderías? En el proceso del e-commerce es importante desarrollar un sistema de recojo de mercadería el cual debe ser seguro y sobre todo amistoso con el cliente. El sistema debe tener la capacidad de interactuar tanto con las diferentes áreas de la empresa, así como con el cliente final. Por ejemplo, en Maletек Perú no solo hemos desarrollado una plataforma virtual que permite esta interacción, sino también una estructura modular que le permita a las empresas ofrecer este servicio a través de lockers inteligentes, infraestructura que ya se produce en el Perú y a medida del cliente. Somos especialistas en custodia de pertenencias, contamos con más 2.500 lockers vendidos y más de 8.000 lockers alquilados a nivel nacional presentes en las principales cadenas retail.

¿Qué proyectos vienen?

Trabajamos en un proyecto especial en el mundo de los centros comerciales denominado Click and Collect, sistema que permite al consumidor comprar su producto (clic) vía online para luego recogerlo en un lugar definido (collect). La idea nace en el 2015 cuando observamos la incursión de Amazon con sus lockers inteligentes. Nos preguntamos por qué no estamos en ese negocio. Por eso entendimos que los lockers tradicionales ya no eran el centro, sino la implementación de una plataforma tecnológica que logre articular todo. Desde entonces, comenzamos a investigar e incorporar nuevas personas al equipo a fin de desarrollar competencias de la organización y de la mano crear una solución integral eLocker.

Con esta nueva propuesta, ¿quiénes serán sus clientes potenciales?

Especialmente está dirigido al sector retail que tiene mucha actividad con el e-commerce, pero también están los operadores logísticos y edificios corporativos, necesarios en la recepción de encomiendas y correspondencias. Además, su implementación es muy sencilla pues contamos con un stock de equipos que solo requieren de una toma eléctrica y un punto de red, sea física o señal wifi. Así también, contamos con un software que permite hacer las transacciones de envío y devolución de paquetes sin necesidad de integrarse a otra plataforma. Toda la comunicación y mensajería se realiza desde un servicio iCloud que asegura el más alto nivel de disponibilidad.

¿A cuántas empresas esperan llegar con el click and collect?

En el Perú tenemos tres proyectos en fase inicial. La primera es una cadena de ferreterías. Le siguen una tienda por departamentos y un courier nacional. Además, estamos en avanzadas conversaciones con dos actores importantes del sector retail. Nosotros quisimos ampliar las posibilidades implementando una solución ágil y personalizada, transformando esta tecnología en un servicio accesible a cualquier empresa. Es importante precisar que en muchas partes del mundo ya cuentan con entregas mediante lockers inteligentes. Por ejemplo, Europa, Estados Unidos y China son las que llevan la delantera.

¿Qué productos son los más demandados por esta vía?

Lo más habitual son las encomiendas de ropa, zapatos, tecnología, herramientas y en general productos que no requieren una condición ambiental para preservarse. Hemos sostenido conversaciones con empresas de cosmética, librerías y compañías telefónicas. Lo que se viene para el futuro son alimentos y productos congelados. Es un paso importante, ya que se suma toda la ingeniería de refrigeración. Nos estamos preparando para eso.