



# PACK 4

## DINAMIZACIÓN DE ECOMMERCE

**#15 Cómo gestionar un  
Ecommerce: El día a día**

## GESTIÓN DE E-COMMERCE DIARIA: PASOS A SEGUIR

### 1. TAREAS DIARIAS

- **GESTIÓN DE PEDIDOS**

A continuación, se detallan los pasos a seguir en la gestión diaria de pedidos de un ecommerce. Antes de nada, debemos tener muy presente que el mundo de internet exige una rapidez de actuación inmediata, por lo que es de vital importancia revisarlo diariamente.

**De la misma manera que levantas la persiana y organizas el género a diario, te recomendamos que sumes a tu rutina diaria las siguientes acciones:**

1. **Lectura diaria de e-mails** para la comprobación de pedidos y comunicaciones. Cada vez que se realice una compra online en tu ecommerce, se te enviará un email de notificación, **por lo que es muy importante revisarlo varias veces al día, o tener habilitadas notificaciones** para poder darte cuenta de las nuevas ventas. Estas notificaciones también se reciben a través del gestor de tu ecommerce por lo que también es recomendable acceder a él varias veces al día.

2. **Revisión de bancos para ver si los pedidos están pagados**

**ATENCIÓN:** Es muy importante revisar que los pagos se hayan hecho **correctamente antes de empezar a gestionar un pedido**. Puede suceder que en Prestashop aparezca como pagado, pero haya habido alguna incidencia en la pasarela de pago.

Para asegurarte de que el pago se ha hecho correctamente, cuando recibas un pedido online, **accede al proveedor de pasarela de pago** (Paypal, Redsys, TPV de tu banco...) **y revisa que haya un abono por el importe exacto del pedido**. Una vez realizado este paso, ya puedes comenzar a gestionar la compra.

Los pasos a seguir dependiendo de cada tipo de pago son los siguientes:

- Contra-reembolso: Puedes comenzar a procesar el pedido inmediatamente.
- Transferencia: Espera a tener el justificante de pago, o en su defecto, a ver el movimiento en el Banco. En cuanto tengas la certeza del pago podrás comenzar a gestionar el pedido.
- Pago con tarjeta: Comprueba en el TPV de tu banco que la transacción ha sido aceptada.
- Domiciliación: Comprueba que cumplen los requisitos y si es así activar el pedido. Cobro a final de cada mes.

3. **Activación de pedidos:** Una vez validado el pago, ya podrás proceder a preparar el paquete con las referencias compradas y a activar la recogida con tu operador logístico.

En caso de no disponer stock de alguna referencia, deberás valorar la opción de reponer stock antes del envío, sugerir a cliente la posibilidad de cambiarlo por alguna referencia similar o anular el pedido.

**Es muy importante actualizar el stock real de la web** para que esto no suceda, y en caso de ocurrir, será recomendable informar al cliente en todo momento de la fase en la que se encuentra su pedido y de cualquier posible retraso que pueda surgir. La falta de información puede hacer que la espera parezca más larga y generar una experiencia de compra negativa en el cliente.

#### **¿Qué proveedor de transportes uso?**

Dispones de varias empresas de transporte urgente en el mercado que ofrecen estos servicios, por lo que tendrás que valorar cuál te ofrece las mejores condiciones, o cuál se adecúa mejor a tus necesidades (peso, tipo de producto, volumen, plazo de entrega...)

- Transporte en ambiente:
  - Seur: <http://www.seur.com/>

- Correos Express:  
<https://www.correosexpress.com/web/correosexpress/>
  - TNT: [http://www.tnt.com/express/es\\_es/site/home.html](http://www.tnt.com/express/es_es/site/home.html)
  - Transporte en frío:
    - Integra2: Enviar FAX al 943 69 35 42
- **SEGUIMIENTO**

Una vez enviado el pedido, deberás revisar el estado del mismo hasta la entrega correcta en el domicilio de cliente/punto de recogida.

Para ello, utilizaremos la web de nuestra empresa de transporte:

- Correos Express: <https://www.correosexpress.com/web/correosexpress/>
- Seur: <http://www.seur.com/>
- TNT: [http://www.tnt.com/express/es\\_es/site/home.html](http://www.tnt.com/express/es_es/site/home.html)
- Integra2: <https://clientes.integra2.es/l2Web/>

*\* Recordad que nos pedirán el mismo Usuario y contraseña que utilizamos para acceder a hacer un albarán, pero esta vez accederemos al apartado "Seguimiento"*

**4. Gestión de roturas con proveedor logístico:** Cuando firmes el contrato con tu proveedor de logística, revisa el apartado de roturas en transporte para asegurarte de que tu responsabilidad está cubierta en caso de accidentes, sobre todo si envías productos delicados. Y da parte de cualquier recepción o envío que llegue a su destino roto o con algún desperfecto.

**5. Gestión de devoluciones:** Tendrás que establecer unas normas de devolución legales (recomendamos que sean iguales a las de tu comercio físico, para no crear diferencias entre tus canales offline y online) y colgarlas en tu ecommerce.

De esta manera, cualquier cliente que quiera realizar una devolución tendrá claras las pautas a seguir. Te recomendamos definir bien los siguientes conceptos:

- **Proceso de devolución**
- **Devolución en tienda SI/NO.** Facilitar la devolución en tienda siempre será la opción más fácil, rápida y barata para todas las partes, ya que

puedes revisar el estado de los productos y gestionar las devoluciones al momento.

- **Plazo de devolución desde la recepción del producto.**
- **Método de devolución del pago.** Recomendamos realizar el reembolso a través del mismo canal por el que el cliente realizó el pago (paypal, redsys, transferencia...)
- **Plazo de reembolso desde la recepción de la mercancía**
- **Estado de la mercancía.** Redacta unas normas que te permitan no realizar reembolsos por productos fuera de su embalaje original, sin etiquetado, usados, rotos, etc...
- **Costes asociados a la devolución.** Deja claro que los costes que pueda generar una devolución, por ejemplo el envío de los productos, corre a cuenta del cliente a no ser que ofrezcas devoluciones gratuitas.
- **Gastos de envío.** Tendrás que calcular la tarifa de envío que cobrarás a tus clientes, teniendo en cuenta que los costes de envío son una de las mayores barreras para los compradores online. Nuestra recomendación es que calcules a partir de qué importe de compra te saldría rentable ofrecer gastos gratis (Envíos gratis en compras superiores a X€)
- **Notificaciones del estado de la devolución.** Es importante comunicarse con el cliente para que entienda en qué fase de la devolución se encuentra su pedido. Las fases podrían ser: Petición de devolución > A la espera del paquete > Recepción del envío > Devolución aceptada SI/NO > Reembolso.

**6. Gestión del stock:** El stock variará siempre que se realicen ventas y devoluciones por lo que **es una buena política dedicar un rato al final de la jornada laboral a actualizar el stock real de los productos de la web.** Siempre que manejes stocks desactualizados, correrás el riesgo de caer en una rotura de stock.

- CONSULTAS

Una vez gestionados todos los pedidos del día, deberás atender las consultas de clientes que te lleguen a través de los distintos canales de los que disponga tu comercio, como por ejemplo:

- Consultas que llegan desde el e-mail
- Consultas que llegan desde el formulario de contacto
- Consultas que lleguen a través del teléfono de Atención al Cliente
- Consultas que lleguen a través de redes sociales
- Consultas del Chat: Servicio de atención al cliente para consultas en directo

## 2. TAREAS PUNTUALES

Al margen de las tareas de gestión diaria, es recomendable realizar acciones de marketing cada cierto tiempo, que nos ayuden a incrementar las ventas de nuestra página web.

Hoy en día, el método más eficaz y rentable (aunque no de efectos inmediatos) para atraer a tu audiencia consiste en **ofrecer contenidos de valor**; la idea es conseguir que sean los clientes quienes vengan a ti por propia iniciativa, en lugar de correr tú detrás de ellos. Atráelos con contenidos valiosos y útiles (o divertidos) que tengan relación directa con tu actividad.

Si lo haces bien, tus clientes no solo acudirán, sino que incluso compartirán esos contenidos con otras personas, aumentando así tu alcance.

- CAMPAÑAS

**Toda campaña que realices en tu comercio físico debería de tener su reflejo en el canal online** (salvo algunas excepciones como outlets con muy poco stock o promociones exclusivas para el canal offline), como rebajas, promociones específicas (Black Friday, San Valentín...), cambios de temporadas, etc.

Para ello deberás:

1. Generar las creatividades necesarias (imágenes) para anunciar tu campaña: Slider web, banners, imágenes para redes, encabezados de newsletters...
2. Crear el contenido explicativo asociado a la campaña y enlazarlo a ese banner, para que la gente acceda rápidamente a la campaña
3. Modificar los productos, familias, precios, cupones... asociados a la campaña
4. Envío de Boletín/Newsletter a nuestra BBDD.
5. Publicarlo en RRSS

Tareas de Dinamización web:

- Incorporación de nuevo proveedor/producto
- Dar de baja/alta los productos en función de la temporada/stock...
- Actualización de precios
- Actualización de añadas (ejem.: vino)
- Actualización de imágenes/fotos
- Inserción de noticias
- Inserción de premios
- ...