

Última milla, la oportunidad de los chatbots en materia de delivery

El impulso que tuvo el **e-commerce** con la pandemia trajo la necesidad de eficientar la industria del delivery, y para satisfacer la alta demanda de entregas surgieron pequeñas empresas de última milla, las cuales se dieron a la tarea de llegar a las comunidades más lejanas a donde no llegan las grandes empresas de operación nacional.

Empresas como **iVoy, 99 minutos**, entre otras, encontraron en este mercado una importante oportunidad competitiva; no obstante, la falta de automatización, la complejidad de la logística, los elevados costos y las entregas fallidas, representan un reto importante para esta industria.

La última milla se refiere al **transporte de paquetería final**; es decir, cuando la distribución se segmenta por zonas y se hace la entrega final al cliente, hablando de las empresas B2C. De hecho, de acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) en el 2020 y debido a la pandemia por COVID-19, el 79% de los compradores digitales prefirió recibir sus compras en su hogar, 31% en el trabajo y sólo 10% opta por recogerlo en la tienda.

La Inteligencia Artificial ha tenido grandes aportaciones en las entregas de última milla, ha sido un foco importante en esta industria debido a que se considera una **fase crítica del proceso de distribución**, al implicar la entrega directa al cliente.

En ese sentido, “la IA puede ayudar a eficientar y a automatizar la distribución de almacenes, las rutas de entrega, los horarios de las flotillas. Los chatbots impulsados por esta tecnología cumplen un papel esencial, pues son una herramienta muy útil para mantener la comunicación entre el cliente, la empresa a la que le compró el producto y la compañía de delivery que lo llevará hasta la puerta de la casa del cliente final”, señala Gustavo Parés, director de NDS Cognitive Labs.

El reto de la diversificación

La pandemia no solo ha contribuido a la expansión y diversificación de las empresas de delivery; sino también a que los e-commerce apuesten por diversas formas de envíos. La creciente necesidad de brindar el mejor servicio ha derivado en que hoy en día existan entregas express (el cliente recibe su paquete durante las siguientes 24 horas luego de realizar la compra), entregas de 3 a 5 días, nocturnas, en fines de semana, entre otras.

Según el Libro Blanco: Logística en e-commerce 2020 de la AMVO, entre más opciones de envío tenga una empresa, mayor será la probabilidad de que el cliente compre.

No obstante, “conforme aumenta esta oferta y las modalidades de entrega, la necesidad de contar con herramientas de gestión logística se convierte en una necesidad para las empresas, así como estar en constante comunicación con el cliente, ya que éste requiere información 24/7 sobre el estatus de su pedido, así como de los tiempos y horarios de entrega”, afirma Gustavo Parés.

Esta información es indispensable para que el cliente tenga una experiencia de compra amigable y sencilla, en la que la empresa esté siempre disponible para responder sus dudas.

¿Qué puede hacer un chatbot para mejorar el servicio de última milla?

Los chatbots para envíos de última milla son el vínculo entre el cliente, el e-commerce y la empresa de delivery, por ello estos asistentes pueden triangular la información entre estos participantes de modo que sean capaces de brindar al usuario respuestas instantáneas con información en tiempo real sobre su pedido como, por ejemplo, el horario o día de entrega.

Incluso si el consumidor tiene indicaciones específicas para recibir su paquete, el chatbot puede hacerle llegar esta información al repartidor asignado para que éste cumpla con lo que el cliente solicita.

Muchas veces el horario de entrega puede ser todo un reto. Según la AMVO, sólo al 12% de los mexicanos no les importa el horario de entrega, mientras que el 88% considera muy importante conocer con precisión este dato para poder recibir su paquete.

En este tema, los chatbots pueden comunicar dicha información al cliente y notificar en tiempo real cuando su pedido está cerca del punto de entrega o si es que hubo algún inconveniente o retraso.

“La comunicación con el cliente es clave para cualquier empresa, en especial una enfocada al e-commerce. Ésta debe darse de forma sencilla pero también eficiente; es decir, el cliente quiere respuestas prontas y de utilidad, comunicación sin fricciones, sin largos tiempos de espera, sin repetición de información y sin limitaciones de horarios. Todo eso y más se puede lograr con un chatbot”, señala el director de NDS Cognitive Labs.

Rechazos y devoluciones

Otra de las grandes preocupaciones de las entregas, son los rechazos y devoluciones, ya que implican un reajuste en las entregas, así como una política de logística inversa.

En caso de que el producto haya sido rechazado o devuelto por el cliente, la empresa de delivery tiene que enviarlo de regreso al e-commerce, pero también puede darse el caso de que no se encuentre al cliente en el punto de entrega y sea necesario reprogramar el envío.

De acuerdo con la AMVO, el 21% de los compradores en canales digitales declara haber realizado una devolución de compra en línea durante el 2020, de los cuales el 2% afirmó que devolvió el paquete porque el tiempo de entrega fue superior al acordado.

Este dato podría parecer menor, pero en términos de inversión de tiempo, esfuerzo y ventas, podría ser significativo. Las empresas no sólo deben preocuparse por cumplir con los plazos de entrega, sino también con mantener al cliente informado para asegurar que se encuentre en el lugar y día acordado para recibir su paquete, lo cual puede realizarse a través de un chatbot.

“Los chatbots han tenido diversas incursiones en la industria logística. Conforme sigan creciendo las ventas en línea, las empresas deberán voltear a ver lo que la tecnología tiene para mejorar y facilitar sus procesos. El uso de herramientas como los chatbots se transforma a pasos agigantados en el gran diferenciador que puede llevar a una empresa a convertirse en líder de su industria”, finaliza Parés.