



Noelia Lázaro

Directora de Marketing  
de Packlink España

El comercio electrónico va a seguir aumentando su peso en el mundo y únicamente las empresas que cuenten con las mejores herramientas para sacarle el máximo partido, seguirán en la brecha de la ola

## La logística, el corazón del 'ecommerce'

La logística juega uno de los papeles más importantes en el mundo del *ecommerce*. Cuando el cliente pulsa sobre el botón de compra en una página *online* no sólo espera que le acabe llegando a su casa lo que acaba de comprar, sino que entre otras cosas exige: tener información en todo momento de dónde se encuentra su paquete, que le llegue lo antes posible que los costes de envío sean muy bajos o directamente asumidos por el comerciante y que haya una política de devoluciones transparente.

Los grandes *players* del mercado, como la propia Amazon, pueden apalancarse sobre soluciones logísticas propias, que les permiten controlar todo el proceso desde el pedido del producto en el almacén hasta su entrega en la casa del cliente en el horario indicado. Las pymes en cambio, hasta hace no demasiado tiempo lo tenían más complicado, ya que no podían competir en costes con los grandes del sector. En el caso de Amazon, es cierto que ofrece a las pequeñas empresas la posibilidad de contratar sus propios servicios logísticos, una opción que puede resultar interesante en determinados escenarios, pero que resulta poco práctica cuando la pyme tiene sus propios almacenes.

En este último caso lo habitual es que la pyme se vea *obligada* a comparar los distintos servicios de mensajería y paquetería para empresas, o contratar una opción *todo en uno* de *ecommerce* que pueden incluir servicios que en realidad la pyme no necesita cuando el grueso de su actividad se desarrolla en un *marketplace*. Una solución que pueden considerar las pymes en

este caso es contar con un comparador de envíos de mensajería y paquetería que les permitan acceder a buenas tarifas y que se adapten a sus necesidades. Uno de los más interesantes en estos momentos es Packlink Pro. Y es que Packlink Pro se presenta en este sentido como una plataforma en la que las empresas pueden centralizar todos sus envíos, pudiendo acceder a un historial completo de actividad, realizar el seguimiento de sus paquetes, buscar y editar envíos, gestionar sus preferencias con las distintas empresas de mensajería e imprimir las etiquetas para el envío desde la misma plataforma. En función del volumen, las empresas pueden acceder a tarifas reducidas y ofertas a las que no podrían acceder en caso de tratar con una empresa de logística directamente. Además, Packlink Pro se convierte en su servicio de atención al cliente, facilitando toda la información que un vendedor online necesita para empezar con su actividad.

Además de disponer de un panel de control desde donde las empresas pueden controlar sus envíos, Packlink Pro ofrece la integración con las principales plataformas de comercio electrónico y para *marketplaces* como Amazon, de modo que se simplifique al máximo la gestión logística del que vende en este espacio. A lo que se suma que las empresas pueden llegar a ahorrarse hasta un 70 por ciento en sus gastos de envío.

El *ecommerce* va a seguir aumentando su peso en el mundo y únicamente las empresas que cuenten con las mejores herramientas para sacarle el máximo partido, seguirán en la brecha de la ola. ¿Quiere vender más en Internet? Empezee en Amazon.