



transporte urgente



El e-commerce se prepara para la mayor campaña de Navidad de su historia

L.G.

Este año la campaña de Navidad batirá todos los récords con el imparable crecimiento de las compras *online*. En España los datos hablan por sí solos, ya que actualmente se mueven más de 250.000 paquetes al día. Los hábitos de consumo han evolucionado y se ha consolidado la tendencia a adelantar las compras de Navidad. SEUR, a día de hoy, ya ha experimentado un crecimiento del 20% sobre su actividad normal respecto al año pasado, confirmando el dato de que los españoles no esperarán hasta el último momento y tendrán todos sus regalos comprados antes de que lleguen las fechas señaladas.

A la campaña de Navidad de este 2015, se han unido con fuerza las propuestas estadounidenses 'BlackFriday' y 'Cyber Monday', iniciativas que han impulsado el auge del comercio elec-

trónico, alcanzando cifras récord de facturación. SEUR tuvo un incremento este año del 25% en el número de envíos relacionados con este día de ofertas, superando el millón de envíos.

Todos estos buenos datos también han repercutido en el aumento del número de contrataciones de la compañía rebasando los 1.700 empleados, incrementando así un 26% la plantilla habitual de 6.400 empleados. Además, la campaña de Navidad se alargará hasta el 15 de enero, debido al comienzo de las rebajas, y provocará que en fechas clave, como la semana del 16 de diciembre, SEUR mueva más de medio millón de paquetes.

Los sectores que mayor impulso experimentarán, consolidando además su crecimiento en este canal durante la campaña, serán la moda, la electrónica, la decoración y muebles, la alimentación *gourmet* y las grandes plataformas e-

commerce. Compañías como Zara.com, Mango, BQ, Worten, Westwing o Mimub, entre otras, ya han confiado a SEUR su operativa logística para el envío de sus productos.

Para apoyar e impulsar este crecimiento, SEUR apuesta por la innovación como eje estratégico para el desarrollo de nuevos servicios y nichos de mercado, una apuesta e inversión que permite fortalecer las capacidades y su modelo de negocio actual frente a las crecientes demandas tecnológicas, situando al cliente en el centro de su estrategia. En los últimos años, SEUR ha realizado una inversión constante de más de 10 millones de euros por ejercicio, para reforzar sus infraestructuras, operativa y tecnología. En este sentido, cabe destacar el desarrollo de nuevos servicios de valor añadido para los clientes, como SEUR SameDay o SunDay, para entregas el mismo día o el domingo,



transporte urgente



respectivamente, o SEUROneClick, botón autónomo que, sólo con pulsarlo, activa un servicio de recogida de envíos. Se trata de servicios diseñados para generar experiencias que den respuesta a las nuevas demandas de los clientes, sobre todo en lo que respecta a la gestión de su tiempo y la elección de horarios, además de diluir cada vez más las fronteras entre las compras *online* y las *offline*.

Así mismo, el comercio electrónico también tiene mucho que ver en el crecimiento de la venta transfronteriza, y es que en este canal no existen límites geográficos. En este sentido SEUR, que forma parte de DPDgroup, nueva identidad internacional bajo la que GeoPost refuerza su posición internacional, ya opera como un único grupo en toda Europa. La compañía asegura así una presencia más fuerte en todos los mercados, ofreciendo a sus clientes total garantía de efectividad de servicio en cualquier país, además del consecuente beneficio en costes derivado de la pertenencia a un grupo internacional.

De esta forma, SEUR ofrece soluciones logísticas internacionales, como SEUR Predict; una iniciativa pionera que permite informar al destinatario de la entrega de su pedido en una ventana horaria de 1 hora, lo que reduce significativamente las entregas fallidas y favorece la optimización de las rutas.

Nos encontramos ante un mercado donde el *e-consumer* exige una mayor flexibilidad y comodidad en las opciones de entrega e inmediatez en la recepción de su pedido. Por eso, conocer a fondo y entender las nuevas exigencias del consumidor permite desarrollar soluciones que le hará vivir una experiencia de compra diferencial. Un proceso donde prima la agilidad y rapidez, y que mejora la percepción del usuario, potenciando el número de transacciones y fomentando la tan ansiada fidelización del cliente ■

De esta forma, SEUR ofrece soluciones logísticas internacionales, como SEUR Predict; una iniciativa pionera que permite informar al destinatario de la entrega de su pedido en una ventana horaria de 1 hora, lo que reduce significativamente las entregas fallidas y favorece la optimización de las rutas.

