

O QUE ACONTECE QUANDO VOCÊ DEVOLVE UM PRODUTO AO VENDEDOR?

Damián García

DROP OFF RETURNS
WE'LL PACK & SHIP FOR FREE

A logística reversa é cada vez mais importante para os consumidores, ter uma boa cadeia de suprimentos dedicada a ela pode ajudar você a satisfazer clientes e economizar custos

Você já se perguntou o que acontece com os itens que você retorna a uma loja ou empresa online? O processo é mais complexo do que você pensa. Existe um procedimento por trás de cada retorno que implica uma gestão logística diferente daquela realizada quando compramos um produto. Não se trata apenas de devolvê-lo aos negócios e, aí a história termina; há muitas etapas para ver como você pode tirar proveito e minimizar as despesas no processo de devolução.

Como consumidores, estamos cada vez mais exigentes. Por exemplo, quando você compra algo, espera que, se não estiver satisfeito com o produto, possa devolvê-lo ao vendedor, certo? E você espera que esse processo seja fácil e transparente, sem muitos obstáculos do vendedor? O processo de logística reversa está se tornando cada vez mais importante, graças às exigências do consumidor.

E essas demandas, por que eles mudaram? Cada vez mais estamos acostumados a comprar produtos on-line, por meio de um aplicativo ou site. De fato, as vendas de *e-commerce* aumentaram 155% desde 2014, e espera-se que representem 18% de todas as vendas no retail até 2021. Isso significa que estamos cada vez mais comprando produtos sem vê-los ou testá-los ao pagar, e isso pode implicar a necessidade de devolvê-lo ao vendedor.

Um terço das vendas de *e-commerce* são devolvidas ao vendedor, o que representa uma figura muito importante. Os motivos são variados, mas 75% dos produtos são devolvidos porque não era o produto certo, não era necessário, não atendia às expectativas ou foi enviado incorretamente. Isso acontece com todos os tipos de produtos, mas principalmente com produtos com um preço muito alto, como eletrônicos sofisticados ou utensílios domésticos. É natural, não é? Se você comprou uma televisão no Buen Fin de mais de US \$20,000 pesos e algo não está funcionando bem, você mudaria o céu, o mar e a terra para fazer o vendedor resolver o problema ou enviar uma nova, correto?

Como comprador de ingressos, você sabe que pode ser necessário devolver o produto. 58% dos consumidores dizem que esperam devolver um produto ao vendedor sem condições e sem muitas perguntas. De fato, mais de 60% dos compradores revisam as políticas de devolução antes de clicar em comprar e interrompem a compra se essas políticas não estiverem claras ou parecerem muito restritivas. Isso leva muito a pensar em empresas que buscam alcançar mais clientes com vendas on-line. O padrão de satisfação do cliente é alto, e isso foi marcado por líderes de mercado como a Amazon. Se sua empresa não pode oferecer políticas de devolução sem muitos obstáculos, os clientes podem não querer comprar seu produto.

ERROS COMUNS

Para garantir que seus clientes desejam comprar seu produto, com a garantia de que, se não estiverem satisfeitos, poderão recuperar seu investimento, evite as seguintes práticas:

- **Políticas de retorno difíceis ou incertas.** Por exemplo, para devolver o produto deve ter apenas alguns defeitos e o cliente deve comparecer pessoalmente ao local de negócios e preencher vários formulários ou aguardar para falar com a “taxa” de devoluções que ocorre apenas às terças-feiras das 8:00 - 9:00 da manhã para o escritório.
- **Baixa disponibilidade de substituições.** Sim, mudamos seu produto, mas por outro, porque não temos mais do produto que você deseja.
- **Longos termos de retorno.** Mudamos o produto, mas levamos três semanas para voltar ao armazém e, portanto, outros 5 dias úteis para entrega.
- **Ausência de garantias de devolução.** Somente no caso de um defeito de fábrica ou de um dano no transporte, a devolução poderá ser feita; se a sua satisfação não tiver sido satisfeita por algum outro motivo, não será possível.
- **Pouca visibilidade do processo de devolução.** Você nos envia o produto por correio e um dia reembolsaremos seu investimento, mas não podemos informar quando.

Se você observar esses erros da perspectiva do cliente, entenderá por que o processo de logística reversa é mais complexo do que você pensava e é por isso que você precisa de sua própria cadeia de suprimentos. Primeiro, o produto deve chegar ao ponto de entrega e, em seguida, deve ser levado para um armazém onde é recebido, inspecionado e classificado. É aqui que o vendedor deve determinar o que ele fará com o produto. Você pode revendê-lo, reciclá-lo, enviá-lo para o lixo ou reenviá-lo (em caso de erro de remessa).



Essa cadeia de suprimentos difere da cadeia de vendas de várias maneiras, o que a torna mais complexa. Quando uma empresa planeja sua demanda, possui um histórico de vendas e muitos dados para obter uma estimativa convencional. O processo de estimativa de demanda por retornos é mais complexo. Em termos de transporte, o vendedor envia produtos de um local para muitos clientes e, no caso de devoluções, muitos clientes devolvem o produto ao vendedor, o que pode envolver uma rota especial para a coleta desses produtos. Quando um vendedor fabrica os produtos, é garantido que todos saiam com um nível uniforme de qualidade; no entanto, quando os clientes devolvem o produto, nem todos chegam à sua embalagem original e sem danos. Muitas vezes, os produtos chegam levemente usados ou danificados. Quando um vendedor envia produtos para o cliente, deve fazê-lo rapidamente, com um tempo de entrega curto estimado. No entanto, quando um cliente devolve um produto, pode levar muitos dias para concluir o processo de devolução. Dada a natureza menos previsível dos retornos, o gerenciamento de inventário geralmente é mais complexo e os produtos podem ter um ciclo de vida variável.

COMO ALCANÇAR A LOGÍSTICA REVERSA SEM FALHAR NA TENTATIVA?

As empresas que desejam competir pela satisfação de seus clientes em termos de logística reversa devem ter muito cuidado ao planejar essa cadeia de suprimentos. A Sintec Consulting pode ser um aliado valioso nesse processo por seus mais de 30 anos de experiência em consultoria especializada em cadeia de suprimentos. Na Sintec, podemos ajudá-lo a prever a demanda por retornos com a nossa ferramenta *Reverse Logistics Forecast*, que pode ajudá-lo a melhorar em 10% o seu nível de assertividade no planejamento da demanda. Também podemos ajudá-lo a projetar uma rede de distribuição e coleta que pode otimizar o tempo de entrega em 40%, aumentar a disponibilidade do produto em 11% e aumentar o nível de satisfação do cliente em 1,2%. Por fim, podemos ajudá-lo a ativar sua oferta de valor e fazer um mapeamento da *Customer Journey* que torne seus processos de retorno mais fáceis e transparentes para seus clientes, o que melhora seus níveis de satisfação e aumenta sua *net promoter score*.

Ter uma cadeia de suprimentos para a logística reversa de seus negócios pode impulsionar seus negócios para as grandes ligas. Por ter uma logística reversa eficaz, você pode aumentar suas vendas, melhorar a satisfação do cliente e retê-las para compras repetitivas e até economizar custos. Mais e mais empresas estão facilitando as opções de *e-commerce*, se sua empresa já o fez ou se está fazendo isso, você não pode ficar sem uma logística reversa eficaz.

Sobre o autor



Damián García,
Consultor Estratégia de Operações, MTY
damian.garcia@sintec.com

Ele é consultor de prática de operações com 4 anos de experiência no design e liderança de soluções nos setores de consumo, construção e varejo, tendo executado mais de 15 projetos no México e na América Latina.

Referências:

- Appriss. (2018). Consumer Returns in the Retail Industry. From Appriss Retail: https://appriss.com/retail/wp-content/uploads/sites/4/2018/12/AR3018_2018-Customer>Returns-in-the-Retail-Industry_Digital.pdf
- Lindsey, K. (2016). Why retail has a growing reverse supply chain problem—and how to fix it. From Retail Dive: <https://www.retaildive.com/news/why-retail-has-a-growing-reverse-supply-chain-problemand-how-to-fix-it/422136/>
- Orendorff, A. (2019). E-commerce returns. From Shopify: <https://www.shopify.com/enterprise/ecommerce-returns>
- Returns Management Strategy: Recapture Revenue. (2012). From Logistics Management Magazine: https://www.logisticsmgmt.com/wp_content/purolator_wp_content_091213.pdf
- Saleh, K. (2018). E-commerce Product Return Rate Statistics. From Invesp: <https://www.invespro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>
- Young, Jessica. “Global Ecommerce Sales to Reach Nearly \$3.46 Trillion in 2019.” Digital Commerce 360, <https://www.digitalcommerce360.com/article/global->

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

 /SintecConsulting  @Sintec  @Sintec_