

deliVerea

Planifica tu Peak Season



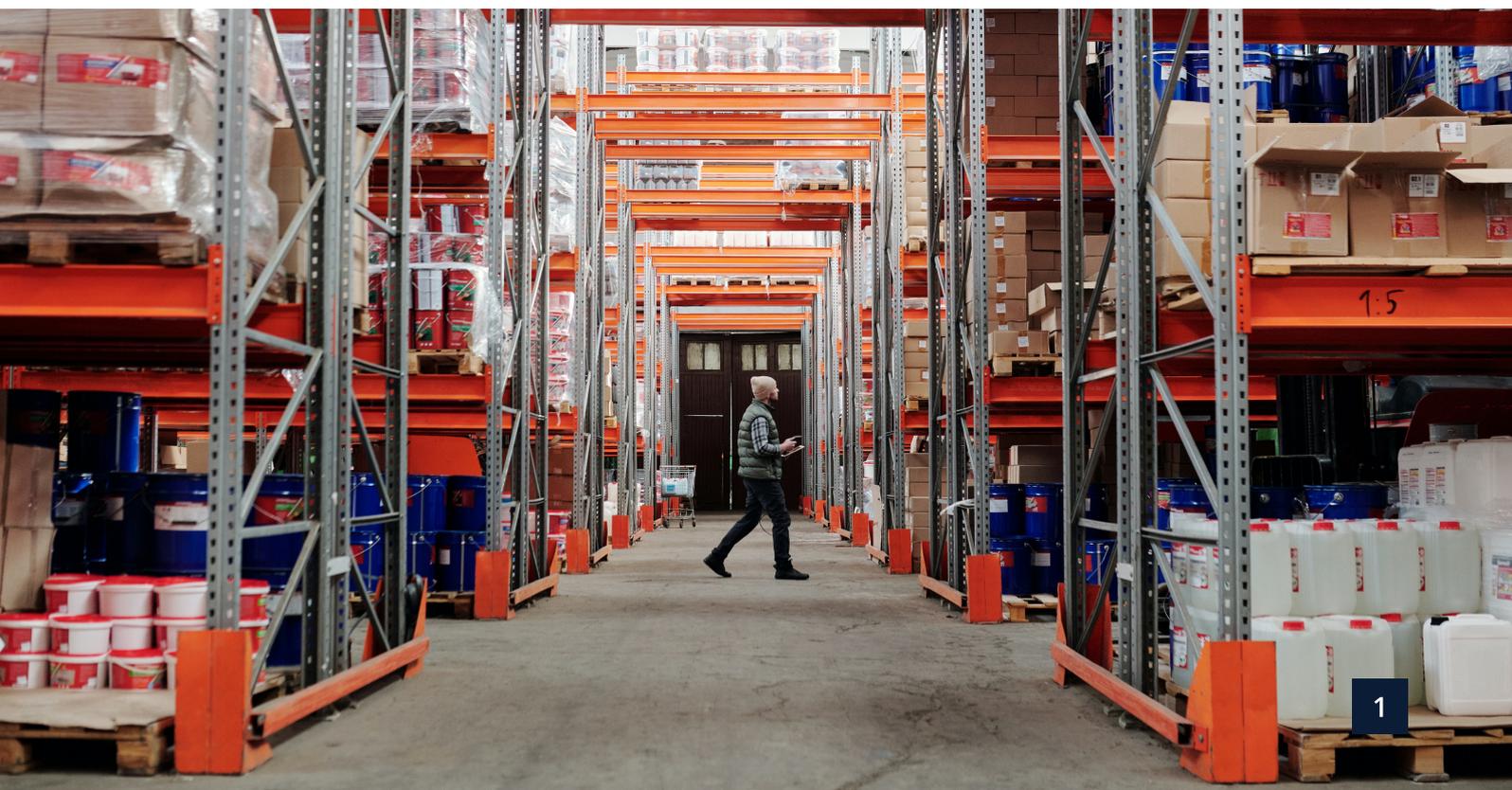
Prepararse la Peak: el plan ideal

Una buena planificación de Peak Season **requiere un proceso** que comienza prácticamente al terminar la última peak. Si tuviéramos que escoger un momento del año, diríamos que **enero es el mes** para comenzar a planificar. Aunque, este mes puede ser de gran volumen de operaciones para algunos sectores, especialmente el retail, por la celebración de rebajas.

Primer Trimestre

En cualquier caso, la preparación de la peak debería tenerse en cuenta ya en el Q1, aprovechando lo aprendido de la peak pasada. Por tanto, el proceso de planificación debe comenzar con un **análisis detallado del funcionamiento del peak anterior**, preguntarse qué pasó y por qué.

Sin duda, se ha de **corregir aquello que consideremos no ha funcionado bien**, pero también **identificar la buena praxis y enfatizar** en ello. Una buena metodología es crear un documento donde figure una lista con las oportunidades de mejora y las prioridades. A partir de estas conclusiones, se ha de comenzar a perfilar el proyecto para el próximo peak y coordinarlo con los objetivos generales de la empresa.



Segundo Trimestre

Al comenzar el segundo Q, es necesario tener el proyecto identificado y las prioridades bien definidas. Durante este trimestre es conveniente comenzar a **planificar el volumen** ya que se ha de organizar con bastante antelación a la próxima peak. Se trata de hacer una predicción del número de **pedidos**, el **packaging** que necesitaremos, la **mano de obra** y los **costes** de toda la operativa de envíos.

Esto **nos ayuda a preparar un presupuesto general y orientativo**. Por tanto, al final del Q2 deberíamos tener clara la **predicción aproximada del volumen** que trabajaremos en el próximo peak y disponer de un **presupuesto general** que nos permita comenzar a organizar los recursos.

Tercer Trimestre

El tercer trimestre es el momento de **terminar de perfilar el proyecto**. De manera que antes de Q4 tengamos toda la planificación del peak a punto.



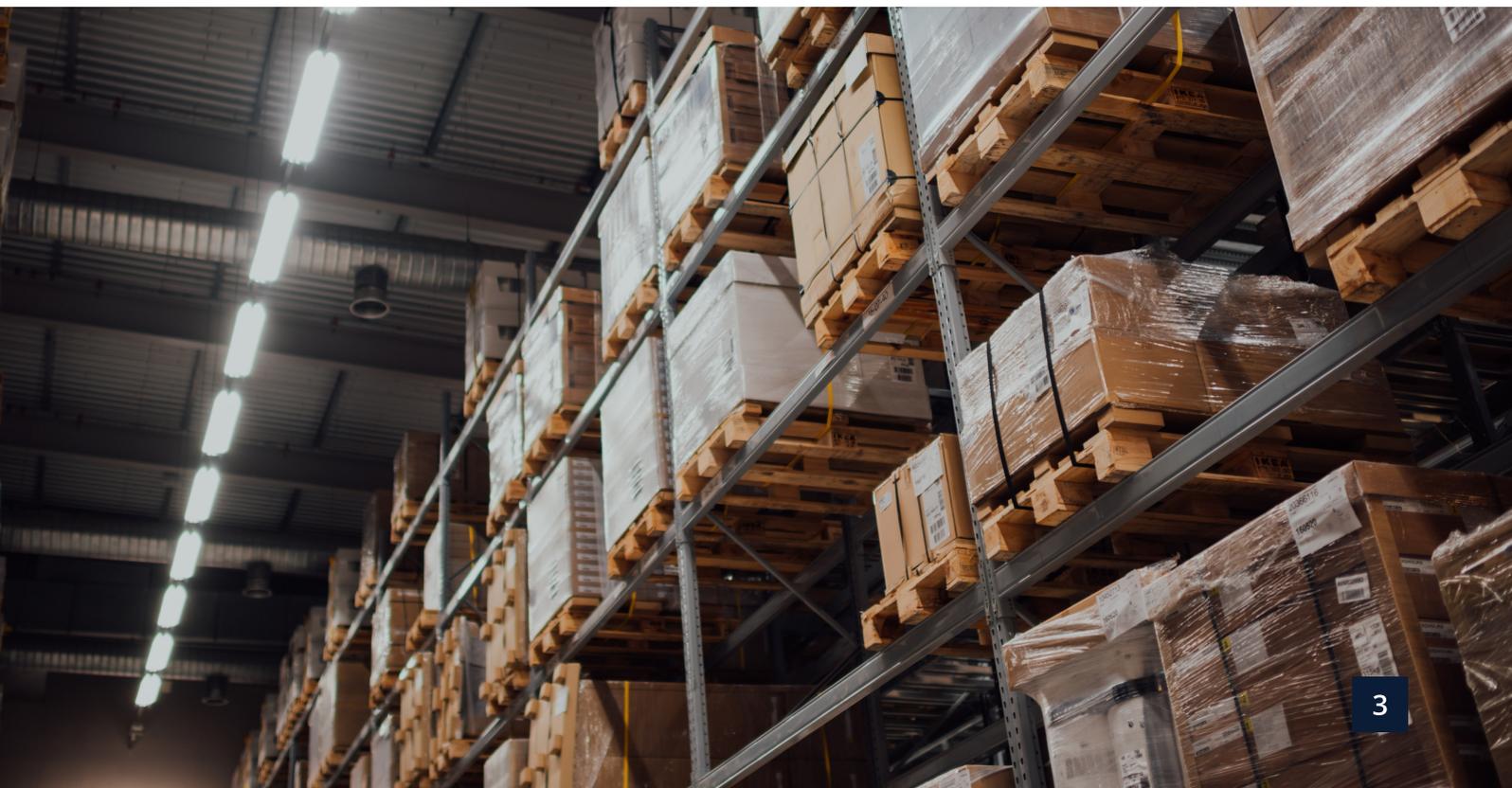
No todo está bajo control

Obviamente **existen factores externos** a nuestra planificación **que pueden alterar nuestro plan**. Es muy difícil prever por ejemplo el aumento del precio del combustible o el alto nivel de inflación que se ha producido este año, elementos que tienen un impacto directo en el coste de nuestra operativa.

Esto supone que **en ocasiones nuestras prioridades** para la peak **pueden entrar en conflicto** con la administración de los factores externos. Ante este tipo de contextos, **lo apropiado es adelantar aún más la preparación del plan para la peak**. De manera que la predicción del volumen tendría que hacerse en el Q1, si tienes una operativa de cierta dimensión.



El **consejo** en este caso es intentar gestionar todos estos factores de la mejor manera posible, **crear un plan con la suficiente antelación para que pueda ser adaptado** a los imprevistos, y contemplar múltiples escenarios. Pero la realidad es que el desarrollo de un plan lineal es un hecho que no se adapta al contexto actual.



Hacerte con una buena red de carriers

Tras el boom del e-commerce en 2020 a raíz de la pandemia, **la peak season de ese año puso en evidencia que muchos carriers no estaban preparados** para asumir el volumen de envíos que requería esta nueva realidad. Una red de transportes que no está preparada para los niveles de demanda **tiene una afectación directa en tu operativa y en la experiencia de compra** de los clientes que no tienen sus paquetes en la fecha estimada, o directamente no los reciben.

Por tanto, de nada sirve todo el trabajo de planificación previo, ni que nuestros sistemas de preparación de pedidos sea eficiente, si no disponemos de una amplia red de carriers que sea capaz de responder a nuestro volumen de envíos. Si bien, a raíz de estas últimas temporadas los carriers más importantes han hecho grandes esfuerzos de inversión para aumentar su capacidad logística, **siempre es apropiado diversificar nuestra operativa en varios transportistas.**

La logística multi-carrier es una de las mejores opciones para evitar posibles cuellos de botella, e incluso hay algunas soluciones que te ofrecen planes de contingencia con carriers que entran en funcionamiento automáticamente cuando cae el servicio de tus transportistas habituales.



Factores para una preparación de la peak impecable I



Planificación

El crecimiento del volumen de las ventas digitales ha creado la necesidad de una **planificación cada vez más temprana**. Para que nuestro proyecto pueda tener éxito es necesario que los tiempos nos permitan realizar modificaciones ante imprevistos.



Flexibilidad

Nuestro plan debe tener la **capacidad de adaptarse a las diferentes variables** que se vayan generando a lo largo del año. Actuar con la suficiente previsión nos permitirá reaccionar con la agilidad necesaria para que nuestro plan responda a las necesidades reales de la operativa. A tener en cuenta la demanda volátil, el volumen de pedidos planificado, los costes no contemplados o la caída de carriers.



Calendarizar

Es importante definir correctamente **qué periodo comprende nuestra peak season**. Para algunos sectores la temporada puede comenzar con el Black Friday, a finales de noviembre, pero en otros el aumento de las ventas se comienza a notar en octubre. Por tanto, concretar qué fechas abarca nuestro plan es esencial.

Factores para una preparación de la peak impecable II

Preveer

Una vez claras las fechas se ha de **definir el volumen desde el punto de vista de la demanda y también desde el operativo**. Se ha de traducir nuestro número de pedidos estimados, teniendo en cuenta los paquetes que necesitaremos para esto.

Integrar

Cuenta con tantos carriers como consideres necesarios de manera que tengas un sistema de entregas sólido ante las caídas de servicio por la alta demanda. Es interesante considerar un **sistema de entregas multicarrier que disminuya el riesgo**, distribuyendo la carga operativa en varios operadores de transporte. Además, esto te permitirá obtener precios más competitivos para tus envíos y mejorar tus tiempos de entrega.

Simplificar

Una buena forma de enriquecer tu plan es **contar con una solución tecnológica**. Este tipo de herramientas se sirven de la innovación para automatizar los procesos de integración con diferentes carriers, de manera flexible y ágil. Así, tienes acceso a una variedad de transportistas con un esfuerzo mínimo y un coste asequible. Estas soluciones tienen un impacto inmediato en los tiempos operacionales y en la eficiencia de tu sistema logístico.

deliverea

www.deliverea.com