

كيفية اختيار أفضل مركز تلبية لطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بك من بين عوامل النجاح العديدة التي رسّختها شركة التجارة الإلكترونية العملاقة أمازون على مدى ثلاثة عقود، لم يكن نموذج أعمال أمازون القائم على رضا العملاء العالي والابتكار المستمر ممكناً لولا نظام إنجاز الطلبات عالي الكفاءة، الذي وضع معياراً جديداً للتجارة الإلكترونية يتمثل في الشحن خلال يومين. التنفيذ هو العملية اللوجستية لاستلام الطلبات ومعالجتها وتسليمها؛ عندما يتفوق مشروعك التجاري الإلكتروني في التنفيذ، فإنك ستجني فوائد تشمل رضا العملاء والكفاءة التشغيلية والربحية. لنفترض أنك تدير متجرًا إلكترونيًا يتلقى عددًا قليلاً من الطلبات يوميًا، من النوع الذي يمكنك استلامه وتعبئته وشحنه بسهولة في غضون ساعات قليلة. يمكن التعامل مع هذا السيناريو بشكل معقول من خلال توفير خدمة الشحن الداخلي، مع توسع العمل وزيادة حجم الطلبات، من المرجح أن تواجه مشاكل في التخزين والتعبئة والشحن. يجب عليك البحث عن خدمات لوجستية خارجية (3PL) لتعهد عملية الشحن والحفاظ على ميزتك التنافسية في مجال الشحن خلال يومين. نماذج استيفاء التجارة الإلكترونية الحالية يمكن إدارة مشروع التجارة الإلكترونية الخاص بك من خلال: مقدمو الخدمات اللوجستية الخارجية الذين يتعاملون مع كل أو جزء من عملياتك وحجم طلباتك. يتضمن التنفيذ متعدد القنوات استخدام طرق مختلفة، للتعامل مع الطلبات من قنوات مبيعات مختلفة. يتولى Dropshipping مسؤولية جميع عمليات التجارة الإلكترونية الخاصة بك، يجب أن تستند طريقة التنفيذ التي تختارها إلى تقييم دقيق لاحتياجات عمك وأهدافه. إذا كانت عمليات التجارة الإلكترونية لديك تنمو بما يتجاوز قدرتك على إنجازها داخليًا، فضع العوامل التالية في اعتبارك عند اختيار شريك لوجستي خارجي. وضعت أمازون معياراً لتوصيل طلبات التجارة الإلكترونية خلال يومين، مما يرفع مستوى التوقعات للجميع. وإلا فسيبحثون عن متجر إلكتروني آخر يلبي توقعاتهم. لا شك أن سرعة الإنجاز عامل أساسي يجب مراعاته عند تقييم مقدمي الخدمات اللوجستية الخارجية. يشبه إنجاز طلبات التجارة الإلكترونية العقارات من حيث الموقع. كلما كان مستودع الطرف الثالث اللوجستي أقرب إلى عملائك، كانت الشحن أسرع وأقل تكلفة. هذا القرب يُترجم مباشرةً إلى أوقات شحن أقل وتكاليف شحن أقل، وهما أمران أساسيان لرضا العملاء. سيسمح لك مزود الخدمات اللوجستية الخارجية (3PL) ذو شبكة واسعة من المستودعات بتجميع مخزونك بالقرب من أسواقك المستهدفة، مما يقلل المسافة التي تقطعها الطرود. تُحسن تجربة فتح الصندوق انطباق العملاء عن المنتج، ويمكن أن تُعزز ولائهم للعلامة التجارية. إذا كنت ترغب في تعزيز حضور علامتك التجارية وولائها، فيجب على شريكك اللوجستي المثالي تقديم خيارات تغليف قابلة للتخصيص تتوافق مع علامتك التجارية. يجب أن يتحلى مزود الخدمات اللوجستية الخارجية (3PL) بالشفافية التامة فيما يتعلق بعروض عبواتهم القياسية والعامة. يجب أن تعرف شكل الطرود من الخارج وما سيرى عملاؤك عند فتح الصناديق. يمكن للطرود والإيصالات ذات العلامة التجارية والرسائل الشخصية أن تميزك عن منافسيك. يجب أن يتيح برنامج 3PL المثالي تكامل منصات التجارة الإلكترونية وتوفير بيانات المخزون في الوقت الفعلي. أنت بحاجة إلى واجهة مستخدم متعددة المنصات، تقييم إيجابيات وسلبيات حلول الإنجاز بعد دراسة العوامل المذكورة أعلاه، يجب عليك التفكير في العيوب المحتملة. مما يقلل من هامش ربحك دائمًا. وينطبق الأمر نفسه على خدمة FBA، التي تتميز بسرعة الشحن والقرب والبرمجيات، من خلال تقييم عوامل أكثر تفصيلاً، مثل حجم الشحن ونوع المنتج والعلامة التجارية، هناك أيضاً مستوى التحكم الذي يتيح شركاء الخدمات اللوجستية الخارجية. يجب عليك دراسة احتياجات العمل الفورية، يركز العديد من مشغلي التجارة الإلكترونية فقط على توفير التكاليف عند تقييم مزودي الخدمات اللوجستية الخارجية. بدلاً من التفكير في هذا الجانب فقط، يجب عليك مراعاة عوامل أكثر دقة، مثل مقدار الوقت الذي يمكنهم توفيره لك. ربما يمكنك استغلال هذا الوقت لتوسيع نطاق وصولك، وصقل علامتك التجارية. فإن استراتيجية تنفيذ التجارة الإلكترونية الصحيحة هي تلك التي توازن بين الفعالية من حيث التكلفة والكفاءة والقدرة على تلبية توقعات عملائك للتسليم في الوقت المناسب وبدقة.