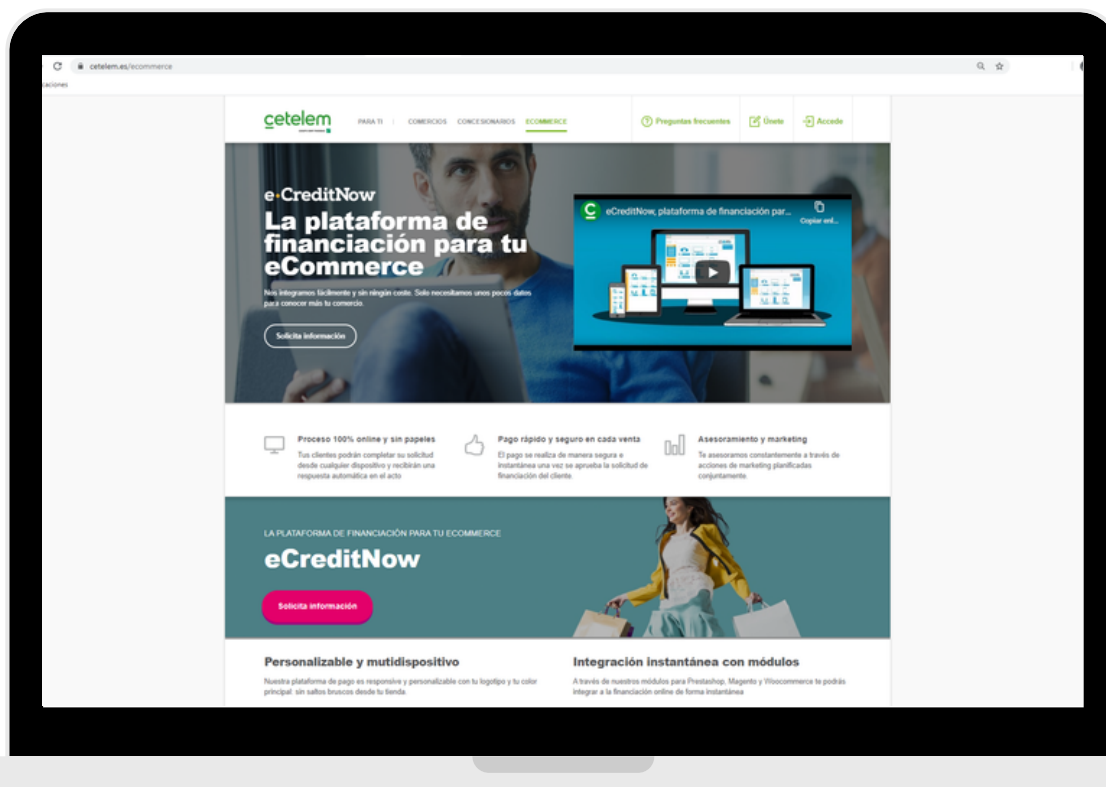


CETELEM

CHARLAS SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL ECOMMERCE EN TIEMPOS DE COVID-19

ABRIL | 2020



Cetelem España es de la división **especialista en préstamos personales y productos de crédito a particulares del Grupo BNP Paribas en nuestro país.**

Desde 1988, **Cetelem** es un socio de **referencia del comercio y un aliado estratégico de las grandes marcas de distribución y el motor**, trabajando en más de 7.000 puntos de venta, integrando nuestra plataforma de financiación para importantes actores del comercio electrónico, y colaborando con más de 3.000 concesionarios de automóvil.

Raúl Soriano, director de eCommerce B2B de Cetelem ha tenido la oportunidad de dialogar con los responsables de los principales actores del sector para conocer, de primera mano, cómo están gestionando sus negocios en estos tiempos marcados por la pandemia.

RAÚL SORIANO
DIRECTOR DE ECOMMERCE B2B EN CETELEM ESPAÑA





FRANCISCO FABREGA
CEO Coolmod Informática

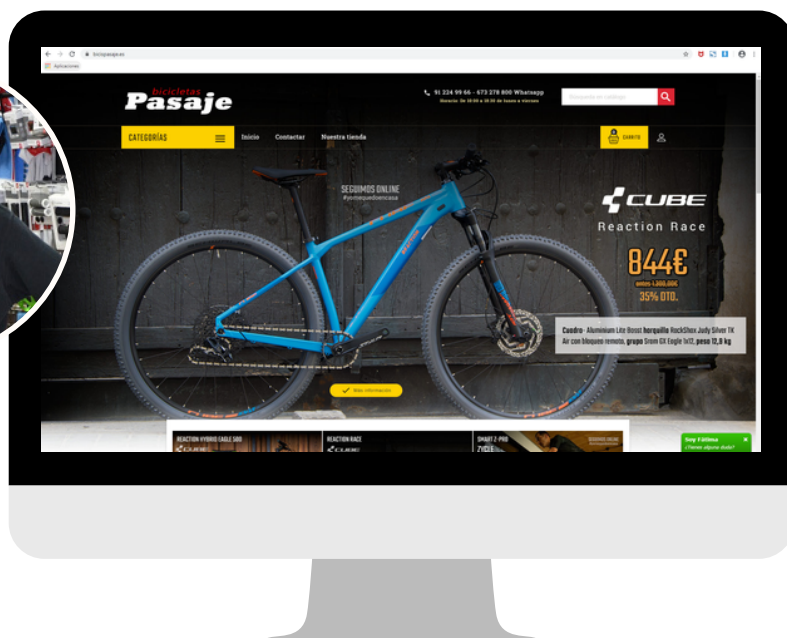
COOLMOD

Con 15 años de experiencia en el mercado, Coolmod es **el mayor especialista en montajes gaming artesanal a medida**, destacando por la calidad de sus preparaciones y de su servicio a sus clientes.

Francisco Fábrega Sánchez, CEO de Coolmod va a compartir con nosotros a través de sus respuestas a nuestras preguntas, cómo está afectando la situación actual a su negocio.



ALBERTO CALVO
Responsable de Bicicletas Pasaje



BICICLETAS PASAJE

Bicicletas Pasaje es uno de los principales eCommerce del sector de la bicicleta, con una dilatada experiencia a sus espaldas en el canal online, apuesta por la calidad de producto y servicio hacia sus clientes.

Para conocer la experiencia de Bicicletas Pasaje frente a la coyuntura en la que nos encontramos contamos con el responsable del negocio, **Alberto Calvo Sancha**.

¿Desde la declaración del estado de alarma en España y el confinamiento obligatorio de la población, qué impacto ha sufrido la facturación de tu eCommerce?

C: Afortunadamente y de momento, el impacto no está siendo negativo, estamos aumentando nuestro volumen de facturación con respecto al año pasado en las mismas fechas.

BP: Debido a que somos una empresa basada en los deportes Outdoor, la facturación ha sufrido una caída del 80% con respecto a los momentos previos a la crisis del Covid-19.

¿Qué medidas especiales habéis puesto en marcha en vuestra organización para poder hacer frente a la situación continuando con el servicio a vuestros clientes pero minimizando el riesgo para vuestros trabajadores? P.ej Teletrabajo, trabajo en almacén, reducción de jornada, ERTE. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades a las que os habéis enfrentado en este sentido?

C: Con respecto a nuestra plantilla de oficina, hemos implantado el teletrabajo en aquel personal susceptible de poder realizar sus tareas online, y para el resto, hemos implantado la jornada intensiva, consiguiendo así reducir los desplazamientos y el riesgo de contagio al mínimo.

En lo que respecta al almacén y montaje de pcs, ha sido un poco más laborioso. Hemos implantado dos turnos de trabajo y habilitado más salas de montaje para garantizar la distancia de seguridad durante el proceso de montaje, todos los paquetes que recibimos son desinfectados antes de ser manipulados, el uso de guantes, gel hidroalcohólico y mascarillas es obligatorio para todo el personal de almacén, cada montador usa sus propias herramientas y trabaja en un puesto fijo que se desinfecta con cada cambio de turno.

Para terminar, hemos deshabilitado la opción de recogida en tienda, todos los pedidos son enviados mediante nuestras empresas de mensajería colaboradoras.

BP: Las medidas adoptadas han sido duras, ya que ha habido que realizar un ERTE a la mayoría de los trabajadores. Tan sólo 3 empleados están en activo, para atender a los servicios mínimos del comercio electrónico.

"Nuestra actividad está centrada en la bicicleta, tanto en la venta como en la reparación. Aunque inicialmente éramos exclusivamente una tienda física, a día de hoy nuestro modelo de negocio está más enfocado al comercio electrónico."

Alberto Calvo
Bicicletas Pasaje

¿Cuáles son los mayores problemas que habéis sufrido en el desarrollo de la actividad? A nivel de disponibilidad de Stock por la situación en países de origen (extranjero, España, etc), logística, o reparto y distribución por las restricciones de transporte, etc.

C: Tener que adaptarnos a las nuevas medidas de seguridad y salud tan rápido y la incertidumbre que generó toda esta crisis al principio fue bastante estresante. Tuvimos que cambiar procesos y prestar especial atención a los códigos postales más conflictivos para el reparto de los pedidos, nuestro departamento de sistemas tuvo que trabajar a contrarreloj para controlar todo esto.

Con respecto a la disponibilidad de stock, por suerte no nos ha faltado material, fuimos bastante previsores y acopiamos el suficiente en Enero. Lo mismo hicimos con las medidas de protección para los empleados.

BP: El mayor problema ha sido las medidas adoptadas en el Estado de Alarma, ya que nuestros productos dependen de que las personas puedan realizar deporte al aire libre y llevan semanas confinados en sus domicilios. También hemos tenido de cerrar la tienda física y nuestros proveedores no están operativos.

¿Habéis llegado a pensar que esta situación ha supuesto una oportunidad para incrementar las ventas online? ¿Cómo analizáis el comportamiento de estas semanas? ¿Habéis notado una variación en el tráfico de la web? Usuarios, visitas, tiempo de permanencia, etc.

C: Es evidente que el teletrabajo implantado en aquellas empresas que han podido hacerlo ha generado una demanda de productos informáticos que en condiciones normales, no resulta tan elevada, webcams, auriculares con y sin micrófono, portátiles...

Oportunidad como tal no ha sido, hemos sido parte de una solución para todas las personas que se han visto obligadas a trabajar desde casa casi de la noche a la mañana.

El tráfico Web vía ordenador ha aumentado, mientras que el tráfico vía móvil ha disminuido, esto es una consecuencia lógica del confinamiento, ya que al reducirse los desplazamientos, le damos mayor uso a nuestro portátil o pc de casa.

Las visitas a nuestra Web de Coolmod también se han visto incrementadas.

BP: Inicialmente si fue una oportunidad, al crecer la demanda de rodillos de entrenamiento un 1.000% (Permiten pedalear sin salir de tu domicilio). Posteriormente ha habido una caída considerable de tráfico web y pedidos.

¿Cómo consideras que ha sido la respuesta de vuestros socios, proveedores o partners? ¿Os habéis sentido apoyados para poder continuar con la actividad con la mayor normalidad posible dadas las circunstancias? ¿Estáis teniendo dificultades a nivel logístico?

C: La respuesta de nuestros proveedores ha sido excelente, los años de relación que tenemos con la mayoría de ellos junto con nuestro peso en el mercado ha resultado ser la combinación perfecta para que ninguno de nuestros pedidos se haya visto afectado, nos han dado la misma prioridad y el mismo soporte a los que estamos acostumbrados, nos hemos sentido plenamente apoyados y dadas las circunstancias, hemos podido continuar con nuestra actividad de la mejor manera posible.

A nivel logístico, la dificultad ha residido en controlar aquellas áreas con códigos postales conflictivos, las cuales se han visto especialmente afectadas por el COVID-19.

BP: La relación con nuestros proveedores ha sido de lo más dispar, o te apoyan en todo lo posible o ni siquiera atienden a tus necesidades. No hemos tenido problemas a nivel logístico.

¿Esta situación puede suponer un cambio en las tendencias de consumo de los particulares? ¿Crees que esta situación forzosa va a suponer un punto de inflexión para el posicionamiento del comercio online frente a la distribución tradicional? ¿Habéis lanzado alguna acción para llegar a ese perfil de cliente que es más propenso al consumo en el retail tradicional?

C: Las tendencias de consumo online ya estaban ahí tanto para los particulares como para las empresas. Seguramente esta situación sí suponga un punto de inflexión para algunas personas, pero para otras no. Habrá cosas que seguro algunas personas valoren más a partir de ahora o incluso hayan descubierto a raíz de todos estos acontecimientos, como por ejemplo la comodidad de recibir tu pedido sin moverte de casa o poder comparar precios sin desplazarte de tienda en tienda.

"El comercio online es algo que llegó hace muchos años y lo hizo para quedarse, en unos pocos años más se convertirá en el primer y principal medio de comercio."

Francisco Fabrega
Coolmood

BP: Ya lleva tiempo produciéndose un cambio de tendencia en el consumidor y esta crisis sanitaria va potenciar aún más al e-commerce. Ahora es el momento para lanzar nuevas estrategias basadas en las oportunidades de negocio que se nos van a presentar.

Quizá es pronto aún, pero ¿qué enseñanzas podrías decir que sacas de esta situación de cara al futuro? ¿Vamos a salir reforzados de esta crisis? ¿Podrías hacer una previsión a futuro sobre tu sector? ¿Y en el comercio electrónico en general, saldrá reforzado?

C: El teletrabajo lo tenemos que tener muy en mente, debemos estar bien preparados para poder desarrollarlo en perfectas condiciones. En nuestro caso, al formar parte del sector informático-tecnológico no nos ha supuesto mucho esfuerzo, todos nuestros trabajadores tienen los conocimientos informáticos suficientes para poder trabajar y comunicarse a distancia usando herramientas online sin ningún problema.

Cuando todo esto pase, creo que las que van a salir más reforzadas son las empresas. Se darán cuenta de la gran importancia que supone digitalizar todo, valorarán más lo que supone el poder acceder a toda la información a distancia en cualquier momento desde cualquier lugar, seguro se plantearán la necesidad de mejorar las telecomunicaciones de la empresa, etc. En definitiva, les hará ser más digitales.

Abril será un mes de mucho trabajo, Mayo no creo que lo iguale, la gente aunque sea poco a poco va adquiriendo todo lo necesario para poder teletrabajar así como para poder comunicarse con sus seres queridos vía online.

El comercio online es algo que llegó hace muchos años y lo hizo para quedarse, en unos pocos años más se convertirá en el primer y principal medio de comercio.

Saldrá reforzado, porque prácticamente todo usuario que en su día rehusara comprar vía online por miedo, desconfianza o por el motivo que fuera, finalmente habrá comprobado de primera mano la rapidez con la que llega a su casa su pedido, la comodidad que ello supone, la facilidad de todo el proceso de compra, la fiabilidad en las formas de pago y la tranquilidad que supone la protección al consumidor online amparada por las leyes digitales.

BP: Te dejo una frase que contesta a tus preguntas.

“Las especies que sobreviven no son las más fuertes, ni las más rápidas, ni las más inteligentes; sino aquellas que se adaptan mejor al cambio.” Charles Darwin

Nosotros vamos a salir reforzados porque estamos trabajando aún más duro, mejorando procesos internos y entendiendo que las decisiones que estamos tomando son las correctas. Soy consciente que la facturación entre la tienda física y la tienda online va a sufrir una polarización a favor de esta última, que saldrá reforzada.