

pocket BackOffice e ERP

Guia de estudos sobre BackOffice e ERP

Produzido entre 06 a 17 de agosto de 2012, pelo Projeto E-commerce Brasil.

Mais informações em: <http://www.ecommercebrasil.com.br/>

“Você deve estar se perguntando: **por que um profissional de tecnologia está falando tanto de processos?** A verdade é que um sistema de ERP permite que as empresas implantem os processos de negócios de maneira natural e tranquila, pois quanto mais ágil é o fluxo da informação, maior a velocidade com que ela será processada, o que faz toda diferença para um mercado que cresce numa escala tão acentuada quanto o comércio eletrônico”. *(Fabiano Silva, KPL Soluções)*

Já o BackOffice é a parte de gestão interna de uma operação em e-commerce, que inclui logística, gerenciamento de pedidos, estoque, clientes, relatórios, inteligência, planejamento, entre outros processos. Sendo assim, ele faz parte da força motriz do seu e-commerce.

Selecionamos dois artigos e um vídeo que vão direcionar o aprendizado sobre os processos fundamentais do e-commerce, que são o ERP e o BackOffice.

Artigo 1 - O que gestão de processos tem a ver com tecnologia da informação, e como essa relação pode ser útil para seu e-commerce?

Por Fabiano Silva – sócio-diretor da KPL Soluções.

As empresas são grandes coleções de processos. Baseado nesse raciocínio, é importante pensar em uma boa gestão de processos, principalmente em empresas de comércio eletrônico que em muitos aspectos fogem do aspecto tradicional de gestão, ou seja, não existe uma receita de bolo pronta, muito menos grandes gurus com soluções mágicas.

A loja virtual conta com clientes presentes em redes sociais, e da mesma forma que isso pode ser usado de maneira favorável para a consolidação da marca, oferecimento de produtos, entre outras estratégias, mas também pode ter impacto negativo caso a

empresa esteja “atrapalhada”, impactando diretamente a satisfação ou insatisfação do cliente.

No início, o gestor ou até mesmo o dono é o grande responsável por olhar ou ainda executar as atividades críticas da empresa para o bom andamento do negócio. Áreas como finanças, marketing, comercial, atendimento e logística são vitais e, no início, esse “olhar de perto” é crucial para o crescimento do negócio.

Num segmento que cresce assustadoramente de 30% a 40% ao ano, é natural que empresas atuantes surfem nessa mesma onda com grandes percentuais de crescimentos. Quando uma empresa cresce, é inevitável aumentar o quadro de colaboradores. No momento da concepção do negócio, através de planejamento, ou no crescimento, a empresa precisa ter a integração das tarefas entre setores e cada cargo muito bem definida. E isso é preferível que aconteça na primeira alternativa, na concepção do negócio.

Por exemplo, no caso de um atendente que recebe uma solicitação de devolução de dinheiro de um cliente. Ele provavelmente terá que pedir ajuda para alguém do departamento financeiro, que irá providenciar o ressarcimento, e será tarefa do atendente avisar ao cliente, para que o atendimento seja encerrado. É inevitável e de extrema importância ter um fluxo de trabalho e de processos bem definido para que os colaboradores saibam de suas responsabilidades e as executem com eficiência e eficácia visando à satisfação do cliente.

Esse é um exemplo muito simples, mas precisamos ter definições para todas as situações da empresa – como tratar a logística reversa, como agir na eventual falta de estoque para um item vendido e já pago pelo cliente, como administrar atrasos ocasionados pelo operador logístico e como se posicionar mediante uma insatisfação manifestada em uma rede social são outros exemplos.

O momento do crescimento é o ideal para “arrumar a casa”. A padronização de processos para que todo o time de colaboradores fale a mesma língua é de suma importância. Esses processos devem ser detalhados e documentados, e isso faz parte da reestruturação de processos da empresa.

O leitor deve estar se perguntando: por que um profissional de tecnologia está falando tanto de processos? A verdade é que um sistema de ERP permite que as empresas implantem os processos de negócios de maneira natural e tranquila, pois quanto mais ágil é o fluxo da informação, maior a velocidade com que ela será processada, o que faz toda diferença para um mercado que cresce numa escala tão acentuada quanto o comércio eletrônico.

Não posso deixar de citar a importância da escolha de um software especialista para o backoffice da sua loja virtual, pois muito provavelmente ele já vem com uma sugestão de processos e expertise do seu mercado, o que diminui tempo de implementação, custo e energia.

Artigo 2 - **Logística: um bom backoffice pode ser a solução**

Por Marco Miranda e Marcelle Brum, NB Press Comunicação.

Em um mercado que resulta em mais de 65% dos negócios gerados na América Latina e que movimentou R\$ 18,7 bilhões em 2011, o comércio eletrônico brasileiro apresenta um imenso potencial que parece não ter limites para crescer.

No entanto, nem tudo são flores para os lojistas virtuais. A logística ainda é um dos maiores entraves que o segmento enfrenta. Inclusive, no final do ano passado, o Projeto E-commerce Brasil realizou um estudo com cerca de mil varejistas virtuais, que avaliou se o prazo de entrega prometido ao usuário foi cumprido ou não.

De acordo com o levantamento, das lojas virtuais que oferecem os prazos mais longos, como até 30 dias úteis, apenas 10% cumpriram o prazo em aproximadamente 70% das encomendas. Já nos e-commerces que contam com prazos mais curtos, de até cinco dias úteis, o índice de entrega pontual subiu para 50%. O prazo de entrega mais usual encontrado no comércio eletrônico brasileiro foi de três dias úteis, e 65% das lojas entregaram os produtos dentro desse prazo.

Para complementar o estudo, números levantados juntamente com o portal Reclame Aqui registraram mais de 610 mil reclamações no e-commerce até o início de dezembro. Em 2010, esse número não superava as 160 mil reclamações. No entanto, no ano passado, as queixas por atraso na entrega foram de 68%, contra 62% em 2010.

“Precisamos ver que temos um problema crônico na logística do país. Sempre houve dificuldades nesse sentido, e a fórmula encontrada foi a prevenção desses problemas com planejamento e um BackOffice bem estruturado”, explica Natan Sztamfater, Diretor da PortCasa, loja virtual e física especializada em decoração com grandes marcas.

O BackOffice é a parte de gestão interna de uma operação em e-commerce, incluindo logística, gerenciamento de pedidos, estoque, clientes, relatórios, inteligência, planejamento, entre outros.

O lojista virtual ainda fala da importância da sincronia em toda a gestão da operação. “A integração entre o BackOffice e o estoque é extremamente crucial. Muitas lojas perdem clientes e vendas por conta de falta de organização, que acaba acarretando

em atraso. Quando a loja recebe o pedido, deve haver uma mobilização para que tudo já esteja bastante encaminhado para a logística, minimizando assim o período que o pedido fica dentro da loja e ganhando alguns dias valiosos no prazo de entrega”, afirma Sztamfater.

Já José Ricardo Ferreira, Diretor Comercial da Entire TP, empresa desenvolvedora de soluções de BackOffice para comércio eletrônico B2B, vai além e frisa que o BackOffice deve se manter em consonância com a logística. “O BackOffice é grande parte responsável pela agilidade ou não da entrega do pedido. Por exemplo, se o produto é liberado para a logística, mas não há informações sobre o trajeto do pedido, ele terá que retornar em busca de novas informações, dificultando todo o processo. A logística já exige uma determinada atenção e, por conta disso, qualquer informação a mais que possa auxiliar na diminuição desses problemas é essencial”, comenta.

O executivo ainda explica as facilidades que um BackOffice bem elaborado pode trazer em termos de planejamento. “Quando bem estruturado, o sistema de BackOffice pode se tornar responsável por toda a frota de logística. E não digo isso somente para a agilização na separação dos produtos, e sim para aprimorar a gestão de entrega. Por exemplo, a divisão de caminhões, as rotas, tudo de forma a agilizar o processo. E o backoffice é responsável por fazer esses filtros”, completa Ferreira.

Backoffice especial

Os padrões de segmentação e especialização que tanto vemos em toda a cadeia de e-commerce e marketing digital também não são diferentes nos sistemas de BackOffice. Por ter determinadas necessidades, algumas lojas virtuais necessitam de algumas particularidades que auxiliam na rotina e, inclusive, na logística.

Para Juliano Souza, Gerente de Marketing da Giuliana Flores, o sistema de gestão da floricultura online é essencial para atender a todo o país. “Quando tratamos de produtos tão delicados como flores, além de chocolates, champagne, entre outros, é necessário ter um sistema diferenciado, que otimize o processo. Dessa forma, precisamos ter um controle de carga diária, controle de multi-depósitos, um sistema de picking bastante rápido, entre uma série de especificações”, conta.

E o lojista virtual ainda fala da importância que o sistema tem nos prazos da marca. “Conseguimos entregar em até dois dias úteis em Manaus, por exemplo. E são a organização e o planejamento diferenciado no BackOffice que nos permitem alcançar tamanhas distâncias em um prazo curto de tempo”, completa.

O futuro no BackOffice mobile

O Diretor Comercial da Entire TP, José Ricardo Ferreira, ainda acredita que as tecnologias móveis no BackOffice vão trazer mais facilidades para diminuir o gap na logística.

“Imagine toda a liberação de informações e documentos 100% online, via tablets, por exemplo. Esse seria um ponto extremamente positivo. Com todos os pontos convergindo a partir de dispositivos móveis, seria um ponto muito simples de fluxo de informações, agilizando inclusive o processo logístico”, finaliza.

--

Vídeo - Fabiano Silva, Sócio-Diretor da KPL Soluções, fala sobre "**BackOffice eficiente para E-Commerce**", durante o E-commerce Brasil Logística, realizado no dia 15 de fevereiro de 2011

<http://www.ecommercebrasil.com.br/multimedia/ecb-logistica-backoffice-eficiente-para-e-commerce/>



Guia de Estudos:

- 1) Workshop - http://www.slideshare.net/ecommercebrasil/backoffice-kpl?from=share_email
- 2) Workshop - <http://www.slideshare.net/ecommercebrasil/workshop-meios-de-pagamento>
- 3) [Link de opt-out no email marketing. Qual a importância?](#)
- 4) [O que gestão de processos tem a ver com tecnologia da informação, e como essa relação pode ser útil para seu e-commerce?](#)
- 5) [Logística: um bom backoffice pode ser a solução](#)
- 6) [Talkshow com Fabiano Silva, sócio diretor da KPL Soluções sobre sistema de backoffice](#)
- 7) [As múltiplas possibilidades do comércio eletrônico – novos modelos](#)