**Como utilizar a logística reversa a favor do seu e-commerce**

Sexta-feira, 16 de Março de 2018 [LOGÍSTICA](https://www.ecommercebrasil.com.br/secoes-noticias/logistica/)   Tempo de leitura: 4 minutos

**787** visualizações   34 Compartilhamentos      **5/5.0**

  

É possível utilizar a logística reversa para melhorar o caixa no fim do mês? Segundo Samuel Gonsales, especialista em e-commerce, a resposta é um sonoro “sim”. Para ele, é possível economizar de 40% a 50% nos custos da empresa apenas aperfeiçoando esse sistema. “Isso não apenas é um fato, como exige um baixo investimento”, garantiu.

Entre os tópicos da sua apresentação durante a conferência na 24ª Intermodal 2018, Gonsales explicou que trabalhar melhor as imagens e a descrição dos produtos estava entre as primeiras coisas a se fazer para reduzir o problema das trocas. Isso porque, na maioria das vezes, os produtos são substituídos por não condizerem com a fotografia ou com o texto relacionado.

Melhorar a qualidade e resolução das fotos e investir em textos bem informativos, com o máximo de conteúdo possível, estão entre as pequenas mudanças que, no fim, resultarão em uma grande economia.

A infinidade de canais disponíveis para solucionar a troca para o cliente também foi explorada pelo especialista. “Hoje existe até o [WhatsApp Business](https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/whatsapp-business-negocio-cliente/), ferramenta com grande potencial de aproximação com o consumidor. Há também o Messenger, o Skype, o Instagram… oferecer um rápido retorno a um problema do consumidor já pode ser feito por diversos caminhos e deve estar entre as principais prioridades do lojista”, afirmou.

Trabalhar a questão da política de devolução também deve ser priorizada, a fim de evitar a desistência do cliente antes mesmo da compra. Nesse caso, Gonsales recomendou utilizar um trato descontraído com a situação, preferencialmente criando um texto fora do padrão dos sites de e-commerce.

O empreendedor pode aproveitar o campo do texto reservado para as políticas de devolução e criar um conteúdo próprio, com linguagem amigável para amenizar a frustração do cliente.

Entender as motivações que levaram o cliente a devolver a compra entram no circuito dessa operação. Questões como “Por que ele quer fazer a devolução” ou “Qual o motivo de estar saindo produto errado no sistema” devem ser levantadas e, posteriormente, corrigidas.

“Uma logística reversa bem trabalhada garante a solução de muitos problemas na empresa. Quando você se preocupa com a questão da troca, automaticamente cria-se um vínculo com o cliente, e esse propagará positivamente a atitude da sua loja. E o contrário também ocorre. Por isso é imprescindível estar ligado em todos os canais de atendimento para atender e resolver com agilidade e transparência aquele transtorno”.

Hoje não se trata mais de uma função ou obrigação do empreendedor, mas, sim, de um diferencial competitivo dentro do setor. “Dados revelaram que 47% das pessoas deixaram de comprar no e-commerce por conta de problemas com a logística reversa. Ou seja, esse é mais um dos pontos onde o lojista pode levar vantagem e reconquistar essa fatia”, finalizou.

*Por Giuliano Gonçalves, da redação do E-Commerce Brasil*