Pontos de retirada: a solução logística definitiva para o e-commerce

Por

[**João Cristofolini**](https://ecommercenews.com.br/author/joaocristofolini/)

 -

09/03/2018

Ouça este conteúdo0:00100%Audima



Pontos de retirada.

Guarde bem esse termo.

Se você ainda não ouviu falar nele, saiba que, em breve, será a solução adotada por seu e-commerce para entregar mercadorias aos clientes.

O modelo, também chamado de *pick up points* ou *click & collect*, ainda é relativamente novo no Brasil, mas de grande sucesso fora dele.

Baseado no conceito de economia compartilhada, os pontos de retirada resolvem as principais necessidades logísticas da venda online.

Representam o fim da dor de cabeça para entregar e recolher produtos.

Com eles, ganha quem vende e quem compra.

Em consequência, há menos ruídos nessa relação.

Isso sem falar que cliente satisfeito compra mais, como você sabe bem.

É por razões como essa que, neste artigo, você vai conhecer tudo sobre os pontos de retirada, do conceito ao funcionamento.

E o melhor: vai descobrir que essa solução já está ao seu alcance.

Boa leitura!

**O que são pontos de retirada (pick up points)?**

Pontos de retirada, ou *pick up points*, são espaços compartilhados para o recebimento de mercadorias adquiridas na internet.

Também funcionam como locais para recolhimento de itens destinados a trocas e devoluções.

Sua proposta é alternativa ao modelo de entrega tradicional e de [logística reversa](http://pegaki.com.br/blog/2017/01/20/como-melhorar-logistica-reversa-do-seu-e-commerce/) no comércio eletrônico, que se dá via transportadoras ou através dos Correios.

Para isso, apresenta soluções para problemas comuns enfrentados por esses canais.

Ao compreender o seu funcionamento, fica mais fácil entender os diferenciais dos pontos de retirada.

**Como o ponto de retirada funciona?**

O processo é extremamente simples.

Até a efetivação da compra pelo cliente no site ou via aplicativo, nada muda.

O mesmo ocorre durante o faturamento, emissão de nota e separação em estoque.

As novidades começam a ser percebidas no despacho da mercadoria.

Diferentemente do modelo tradicional, ela não é direcionada para o endereço do cliente.

O produto é, então, remetido para um ponto de retirada de escolha do consumidor, conforme a proximidade de sua residência ou local de trabalho.

É lá que ele, como o nome indica, faz a retirada do objeto de compra.

Isso pode ocorrer em um prazo de sete dias, no horário que for mais conveniente ao comprador.

Assim como no modelo tradicional, o caminho até os *pick up points* é rastreado.

Isso significa que cliente e vendedor podem acompanhar o status da encomenda.

Assim que ela chega a um ponto de retirada, há um aviso de recebimento.

Basta o consumidor comparecer lá para pegar o que comprou.

**Logística reversa**

Nesse mesmo local, o cliente deixa o objeto comprado para troca ou devolução.

E faz isso depois de contatar a empresa vendedora, é claro.

O processo de logística reversa se parece muito com o tradicional.

A diferença é que, em vez de a transportadora fazer o recolhimento ou o comprador enviar o item pelos Correios, ele deve procurar o ponto de retirada à sua escolha para fazer o encaminhamento.

Na prática, em todas as situações, a interação física com seu cliente sempre se dará em um dos pontos de retirada.

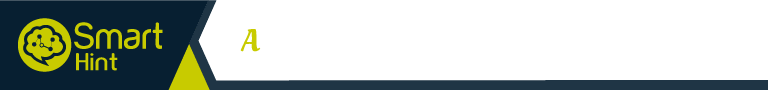
Simples, não é mesmo?

**Onde os pontos de retirada são localizados?**

É aqui que entra o conceito de economia compartilhada.

Pontos comerciais são cadastrados para funcionar como espaços de *click & collect*.

Assim, quando o comprador digita o seu CEP durante o checkout, encontra ali as opções de pontos de retirada mais próximas.

[](https://ecommercenews.com.br/?pasID=MTEwNzQ3&pasZONE=MTAxMzQ3)

Basta escolher o de sua preferência para avançar à próxima etapa da compra.

Qualquer estabelecimento comercial pode se tornar um *pick up point*.

Não é preciso ter relação com a empresa responsável pela venda.

Como já dito, é um sistema no qual todos saem ganhando.

E se as vantagens do modelo ainda não estão claras para você, no próximo tópico, não vão restar dúvidas.

**5 vantagens dos pontos de retirada**

Ao observar as vantagens do modelo de pontos de retirada para o e-commerce, fica evidente que há boas razões para essa ser a escolha de lojas físicas e virtuais.

Confira!

**1. Fim dos problemas em entregas**

O cliente não estava em casa no horário comercial?

O porteiro não tinha autorização para receber mercadorias?

Houve três tentativas de entrega sem sucesso?

A área de entrega não é atendida pelos Correios ou transportadoras?

Tudo aquilo que cria [obstáculos para a entrega](http://pegaki.com.br/blog/2017/12/14/como-eliminar-problemas-de-entrega-de-seu-e-commerce-em-2018/) tradicional não atrapalha os pontos de retirada.

**2. Qualifica a logística reversa**

Pelo método tradicional, o cliente insatisfeito com a compra, que deseja trocar ou devolver um produto, pode ficar ainda mais decepcionado com sua loja.

Para ir aos Correios, precisa fazê-lo de segunda à sexta, no máximo até às 17 horas.

Não raro encontra enormes filas na agência.

Tudo isso gera uma experiência negativa que [repercurte](http://pegaki.com.br/blog/2017/03/14/4-passos-para-diminuir-as-reclamacoes-do-seu-e-commerce/" \t "_blank) no seu e-commerce.

Quem aposta nos pontos de retirada foge dessa armadilha.

De quebra, pode recuperar um possível cliente ao conduzir o processo de forma mais prática e transparente.

**3. Mais clientes**

Conforme permite aos consumidores melhores experiências de compra e recebimento das mercadorias adquiridas, o índice de satisfação cresce e beneficia a sua loja.

A equação é simples: menos problemas + melhores soluções = mais clientes.

**4. Maiores receitas**

Para os estabelecimentos que funcionam como locais de *pick up points*, as vantagens não são menos interessantes.

E tudo começa pela maior [divulgação](http://pegaki.com.br/blog/2017/04/24/como-divulgar-sua-loja-fisica-com-baixo-investimento/).

A presença de clientes do e-commerce na sua loja, por si só, faz aumentar o fluxo de pessoas nela.

É a chance de tirar proveito para [vender mais](http://pegaki.com.br/blog/2017/12/14/como-aumentar-as-vendas-de-sua-loja-em-2018/) e faturar bem.

**5. Experiência diferenciada e positiva**

O consumidor é outro grande beneficiado do sistema de pontos de retirada.

Além de ter uma experiência de compra mais satisfatória, ele ainda economiza no frete.

Isso sem falar em toda a comodidade e segurança para ter acesso às encomendas.

**Qualifique seu modelo de entregas**

Neste artigo, você foi apresentado ao conceito de pontos de retirada, ou *pick up points*, uma solução logística para o seu e-commerce.

Adotar esse modelo pode ser um diferencial importante para a sua empresa.

Em breve, será uma exigência de mercado.

As vantagens são inegáveis e a experiência no exterior atesta o seu sucesso.

Na Europa, China e Estados Unidos, os *pick up points*já correspondem a 40% de todas as vendas online.

São mais de 40 mil pontos de distribuição, com uma média de 300 mil pacotes retirados a cada dia.

No Brasil, a cidade de São Paulo já conta com 60 pontos ativos e outros mil sendo preparados para iniciar.

Tudo isso só é possível graças ao pioneirismo da Pegaki, a [primeira e maior rede](http://conteudo.pegaki.com.br/pontos-de-retirada) de pontos de retirada do país.

Seja você um empreendedor físico ou digital, faça [contato](http://pegaki.com.br/contato) conosco e abra as portas ao crescimento sustentável.

* **TAGS**
* [**Artigo E-Commerce**](https://ecommercenews.com.br/tag/artigo-e-commerce/)
* [**E-Commerce**](https://ecommercenews.com.br/tag/e-commerce/)
* [**Pontos de Retirada**](https://ecommercenews.com.br/tag/pontos-de-retirada/)
* [**Tendências**](https://ecommercenews.com.br/tag/tendencias/)

[](https://ecommercenews.com.br/author/joaocristofolini/)

[**João Cristofolini**](https://ecommercenews.com.br/author/joaocristofolini/)

[*http://www.pegaki.com.br/*](http://www.pegaki.com.br/)

João Cristofolini é CEO e Fundador Pegaki, empresa que permite comprar online e retirar a compra em estabelecimentos físicos.