Fonte: https://wwd.com/business-news/business-features/amazon-free-returns-expansion-1203412873/

O aumento de devoluções gratuitas da Amazon: o que os varejistas precisam saber

Tobin Moore, CEO da Optoro, discute o verdadeiro impacto dos retornos.

Por Tobin Moore em 10 de janeiro de 2020

(Tradução livre e adaptada)

 A Amazon criou uma cultura de compras on-line onde os consumidores esperam retornos gratuitos e convenientes. Nos últimos anos, a gigante do comércio eletrônico introduziu retornos presenciais em mais de 18.000 desistências físicas, como Kohl's e UPS - 5.800 das quais são livres de embalagens. Recentemente, o varejista expandiu sua popular política de devoluções gratuitas para incluir milhões de produtos não elegíveis anteriormente.

Essa mudança de política ocorre no horário de pico, com uma estimativa de US $ 100 bilhões em mercadorias a serem devolvidas entre o Dia de Ação de Graças e o final de janeiro de 2020. Embora a expansão dos retornos gratuitos na Amazon indubitavelmente leve a um aumento no volume de retornos, o varejista acumulou proezas logísticas incomparáveis. Em vez de ficar sobrecarregado por retornos, a Amazon eleva ainda mais a experiência do cliente.

Esta é uma boa notícia para a Amazon - e para os consumidores. Devido à sua escala e sofisticação, a Amazon pode lidar com um alto volume de retornos. Mas para outros varejistas que tentam acompanhar, não é uma simples questão de ativar uma opção de devolução gratuita: os varejistas precisam avaliar o benefício de uma experiência aprimorada do cliente com o custo de gerenciar devoluções gratuitas.

Devoluções podem contribuir para a venda

Seguindo a liderança da Amazon, os varejistas podem buscar retornos gratuitos como forma de aumentar a fidelidade do cliente. Oitenta e nove por cento dos consumidores têm menos probabilidade de comprar em um varejista ou marca se tiverem uma experiência ruim com o retorno. À medida que o comércio eletrônico continua a dominar, os varejistas on-line podem oferecer retornos gratuitos, para que os consumidores possam comprar sem riscos, enquanto compram produtos não presencialmente.

Mas, retornos gratuitos são apenas uma peça do quebra-cabeça. A experiência real do consumidor deve ser o mais fácil possível, sem atritos, para que os compradores tenham uma impressão positiva. Os consumidores desejam reembolsos imediatos e locais de devolução convenientes - ou embalam etiquetas gratuitas ou pré-impressas. E como 80% dos compradores preferem ter o retorno na loja, de acordo com a Federação Nacional de Varejo, os varejistas com uma presença física no varejo, como a Target, têm uma vantagem automática em uma experiência de devolução sem problemas. Os retornos trazem os clientes de volta à loja, onde eles podem comprar algo novo.

O Problema Oculto dos Retornos

Embora devoluções gratuitas criem oportunidades para os varejistas, elas podem arcar com custos enormes se não forem bem gerenciadas. Surpreendentemente, muitos varejistas não possuem sistemas e processos para gerenciar e revender rápida e eficientemente as mercadorias devolvidas. Os itens geralmente são empilhados em armazéns ou nos fundos das lojas, depreciando em valor. Em seguida, os itens geralmente são enviados para atacadistas e liquidadores que tentam encontrar um comprador. Ou eles são doados ou enviados para aterros sanitários. Ao garantir que os produtos não fiquem em uma sala dos fundos, os varejistas têm mais chances de minimizar as perdas financeiras por item.

Além dos riscos financeiros, muitos varejistas não estão equipados para lidar com retornos de maneira eficiente, de maneira a mitigar o desperdício ambiental. E um volume crescente de retornos pressiona um sistema já frágil. Cinco bilhões de libras de retornos são enviados para aterros somente nos EUA a cada ano. Sem mencionar, 15 milhões de toneladas métricas de dióxido de carbono são emitidas por caminhões pesados ​​que transportam retornos a cada ano.

A Amazon é capaz de acompanhar o fluxo de retornos, dada a sua rede e a presença on-line sofisticada. Os varejistas tradicionais ou as pequenas empresas de e-commerce podem ter mais retornos do que conseguem trabalhar, principalmente nos feriados.

O resultado no balanço financeiro

Os retornos podem representar uma ameaça de receita, se não forem gerenciados adequadamente. Por outro lado, se os varejistas tomarem as devidas providências, retornos bem gerenciados e ainda mais retornos gratuitos podem ser um diferencial. Ao oferecer retornos gratuitos, os varejistas precisam garantir que investem na tecnologia e na infraestrutura adequadas para lidar com eles de maneira econômica e ambientalmente consciente.

Embora a Amazon possa ter uma das principais soluções de logística reversa individuais do setor, os varejistas menores podem acompanhar as redes compartilhadas e os varejistas tradicionais podem aproveitar estas ideias para melhorar a experiência do cliente e minimizar os custos.

Em geral, os varejistas investem pesadamente na conquista de clientes: frete grátis, preços competitivos, anúncios no Instagram, etc,. focados em levá-los ao final da venda. Mas, no cenário competitivo de varejo de hoje, não se trata apenas de conquistar. Retenção faz a diferença. Para manter os clientes voltando a longo prazo, os varejistas on-line e tradicionais precisam considerar a experiência completa do cliente - mesmo quando os compradores enviam as mercadorias de volta.

Tobin Moore é o CEO