

Marks and Spencer

Toda la oferta de esta gran tienda a domicilio

Desde hace cinco años, la mayoría de las marcas apuestan por el e-comercio para enriquecer su oferta multicanal. Un caso concreto con Marks and Spencer.

En Gran Bretaña, Marks and Spencer es el líder de la confección, la alimentación y la decoración para el hogar. Su actividad de e-comercio propone 150.000 artículos a consumidores cibernéticos que quieren productos Marks and Spencer sin salir de casa. Para su cliente, Norbert Dentressangle ha expedido 23 millones de artículos en el 2009.

"Las necesidades en logística para el e-comercio son muy diferentes del comercio tradicional, explica Jason Keegan, Head of General Merchandise Logistics Marks and Spencer. Para las entregas en la tienda, cuidamos la presentación del producto a su llegada, cuando lo ponemos en su estante. En el marco del e-comercio, antes de su expedición, el producto debe ser manipulado y envuelto al objeto de seducir a nuestros clientes. Podemos por ejemplo envolverlos para regalo o incluso concebir mensajes personalizados. ¡Todo eso en 48 horas!"

Compartir la cultura del cliente

Para los pedidos recibidos vía e-comercio, las exigencias técnicas son también muy altas. *"Un sistema de tratamiento de correo determina la solución más económica para enviar cada pedido."* Marks and Spencer comparte su propio sistema de información con el conjunto de sus proveedores. La empresa realiza para ello unos tests de compatibilidad al objeto de establecer un sistema compartido que funcione. *"Un socio logístico ha de estar en la onda con los objetivos de sus clientes e integrarse perfectamente con los equipos existentes,* continúa Jason Keegan. *Estamos muy satisfechos del trabajo de Norbert Dentressangle. El equipo ha entendido perfectamente nuestra cultura."*

- 1ª tienda abierta hace 125 años en Leeds.
- 21 millones de clientes en Gran Bretaña.
- Presente en 40 países.
- 78.000 empleados.
- 2.000 proveedores.

“Para su colaboración con Marks and Spencer, Norbert Dentressangle ha contratado a cuatro expertos en e-commerce. Queremos apoyarnos en personas que comprenden el concepto del servicio. Un consumidor que compra en una tienda ve el producto por el que paga mientras que un comprador cibernético ya ha pagado el producto que sale de nuestro almacén.”

Jason Keegan,
Head of General Merchandise Logistics,
Marks and Spencer.



Plan A - porque no hay Plan B

Plan A es la respuesta eco-responsable de Marks and Spencer a los grandes retos de nuestra sociedad en materia social y medioambiental. Con una duración de 5 años, este plan prevé 100 puntos. Lanzado en el 2007, Plan A abarca las cinco áreas en las que Marks and Spencer piensa poder actuar sosteniblemente respetando el medio ambiente: cambio climático, reducción de residuos, utilización de materias primas sostenibles, salud y comercio justo.

Una planta que evoluciona al ritmo del crecimiento

Para Marks and Spencer, Norbert Dentressangle ha elaborado una « solución campus », adaptada a la configuración del Hardwick Grange, centro regional de distribución en Warrington, Cheshire. Esta planta dispone de una superficie dedicada al stock de la actividad e-commerce. Los pedidos son elegidos de entre el stock, después llevados a la zona de embalaje y de expedición de Woolston, situada en la misma planta. Recientemente, se han realizado una serie de mejoras en esta planta: un altillo de 7.400 m², cintas transportadoras automáticas y el refuerzo de la infraestructura informática. Estas inversiones permitirán acompañar el crecimiento de la actividad prevista en los próximos años. En cuanto al equipo fijo de 150 a 200 empleados, puede ser reforzado con hasta 700 personas en períodos punta, como Navidades o las rebajas de verano.

