

NOTA DE PRENSA

Madrid, 23 de junio de 2020

Tras el incremento de más del 50% del e-commerce durante el Estado de Alarma, afronta una nueva etapa decisiva

CTT Express prepara su operativa para la temporada de rebajas más online

CTT Express lleva más de tres meses respondiendo al importante aumento del e-commerce durante la etapa de confinamiento y ha afinado su operativa para abordar la que puede ser la mayor temporada de rebajas online de la historia. Ante el aumento previsto en este tipo de compras, y las restricciones que marca el proceso de desescalada para la tienda física, la compañía ha definido su estrategia para responder a un escenario inédito en el mercado.

El comercio es un sector estratégico para la economía española, y el 44,6% de las empresas del sector son pequeños comercios. Además, las tiendas físicas afrontan el periodo de rebajas con restricciones de aforo marcadas por el protocolo de prevención de contagios que establece el periodo de desescalada. Según estas directrices, los establecimientos deben garantizar la distancia mínima de dos metros entre clientes y hacer frente al auge del comercio online que se ha registrado en los últimos meses, lo que podría convertirse en estas próximas rebajas en un fenómeno mayoritario.

Como advierte **Álvaro Herrera**, director de operaciones de CTT Express, *“estamos viviendo un cambio radical en los hábitos de compra. Durante el Estado de Alarma, tuvimos picos de incremento del 50% en nuestros envíos, una tendencia comparable a la temporada de Black Friday. Con el periodo de rebajas a la vuelta de la esquina, estamos preparando todos nuestros recursos y procesos para responder a un nuevo e importante pico de demanda”*.

La compañía ya está atendiendo la creciente actividad online de pequeños, medianos y grandes comercios, así como una mayor demanda de proveedores online. Responder a esta nueva realidad pasa para CTT Express por trabajar en cuatro direcciones:

1. **Salud y seguridad:** continuarán las medidas llevadas a cabo durante la crisis sanitaria, como el protocolo de cero-contacto, uso general de mascarillas y guantes, refuerzo de puntos de limpieza y geles hidroalcohólicos, distancia de seguridad, y todos los procedimientos de gestión adaptados a las necesidades de cada equipo, atendiendo a las recomendaciones del Ministerio de Sanidad.
2. **Operaciones:** con la ayuda de desarrollos tecnológicos, se establecen procesos optimizados en función de las puntas de demanda. Desde sistemas de gestión de la información, que permiten conocer al

detalle los envíos y dar respuestas a todos los departamentos para poder gestionar las posibles incidencias con más facilidad; hasta sistemas que integran IA para optimizar las rutas y garantizar la recogida y entrega efectiva.

3. **Comunicación:** refuerzo de sistemas de comunicación, con destinatarios, clientes y equipos, para resolver dudas e incidentes, así como para mantenerles al día con contenidos destinados a cada situación. Asimismo, se mantendrán los espacios destinados a comentarios y propuestas para mejorar la compañía, manteniendo un contacto fluido y flexible entre todos.
4. **Formación:** Con especial hincapié en el funcionamiento de la red de franquicias, los diferentes productos y soluciones, el funcionamiento del software de gestión dinámica del reparto, o el uso de las herramientas de Contact Center y habilidades de trato con el cliente, gestión de redes sociales o control del estrés.

En este nuevo escenario, el sector de la paquetería urgente se enfrenta al reto de implementar nuevas tecnologías y responder a la transformación radical de la demanda que ha provocado el COVID-19.

“La tendencia habitual, tras los repuntes de actividad de e-commerce en campañas anteriores, es que muchos de los consumidores nuevos en la red se mantienen. El gran reto para nosotros será hacer frente a este aumento de la actividad y a nuevas condiciones, en términos de flujo de personas en lugares públicos, incremento de las compras online y otros condicionantes”, señala Álvaro Herrera.

Entre algunas de las medidas que los consumidores deben tener en cuenta para comprar online y recibir los productos de forma segura, CTT Express recomienda:

1. **Contraseñas complejas:** utilizar claves de difícil acceso para no facilitar la entrada de vectores de ataque a nuestro equipo.
2. **Método de pago:** utilizar plataformas seguras de pago.
3. **Revisar la política de privacidad y devoluciones:** la comodidad a la hora de devolver el producto es otro de los factores a tener en cuenta y para ello es vital contar con un proveedor de transporte de confianza. En CTT Express, conscientes de este condicionante para muchos compradores, trabajamos para ofrecer a nuestros clientes la opción de recogida de sus devoluciones, también con protocolo de contacto-cero, y en 24h desde la solicitud de la devolución.
4. **Seguimiento de envío:** tener localizado cada envío, y una comunicación constante con la empresa de paquetería urgente para saber cuándo y dónde recibir el paquete. En CTT Express, hay disponible varios canales de comunicación que permiten la entrega flexible y personalizada de la mercancía, asegurando la máxima efectividad en el reparto.
5. **DNI a mano:** con la entrega Contacto Cero, el repartidor solicita el número de documento de identidad, para identificar a la persona que recoge el envío, y lo introduce en su PDA, evitando el contacto físico y agilizando el proceso con datos correctos.

CTT Express es, desde 2019, la filial española de paquetería urgente del Grupo CTT, el correo portugués. La nueva compañía aprovecha el liderazgo de CTT en el mercado portugués y la experiencia de Tourline Express, que operaba en el mercado español desde 1996 con su modelo de franquicias y centros propios, Con esta versatilidad, CTT Express proporciona cobertura territorial Ibérica (peninsular e islas) y cercanía, gracias a sus más de 200 agentes en España y 2.500 puntos de servicio en Portugal. Valores que le sitúan como uno de los principales operadores de transporte urgente de España y Portugal, por capacidad, calidad de entrega y compromiso con el cliente.

En la península ibérica, cuenta con un equipo humano de profesionales y plataformas operativas capaces de realizar más de 30 millones de envíos anuales, gracias a la excelencia en la gestión de estos recursos, lo que ya se ha convertido en seña de identidad de la marca y ha sido reconocido con el sello de calidad AENOR.

Más información, en: www.cttexpress.com