

Ventajas

- Mejora la experiencia de compra de los clientes, ya que los pedidos se envían desde la tienda física más cercana al lugar de destino.

- El tiempo de entrega más corto que el tradicional se convierte en una promesa de valor que diferencia a un comercio de sus competidores.

- Permite ofrecer una mayor variedad de productos: no los restringe a los que están en la bodega, sino que abre la oferta a los que están en las tiendas.

- Si un producto no está en la tienda más cercana al cliente, se le envía desde otra que no sea tan lejana como, por ejemplo, una bodega.

- Reduce los costos logísticos, pues no es necesario arrendar una bodega ni contratar los servicios de un centro de distribución.

Desventajas

- Si no se cuenta con un proceso logístico unificado, se brinda una experiencia al cliente diferente en cada tienda y se dificultan los procesos administrativos.

- No garantizar tiempos de entrega oportunos se convierte en un factor que la competencia aprovecha a su favor.

- Restringe el inventario a lo que está en bodega, lo que puede traducirse en menos ventas o mayores tiempos de entrega.

- Es posible que el tiempo de entrega sea mayor al que se podría prometer cuando el despacho se hace desde un lugar más cercano al cliente.

- Como el valor del metro cuadrado en los espacios comerciales suele ser mayor al de los de almacenaje, no siempre se reducen los costos logísticos.
