

DispatchTrack, líder global en tecnología de última milla desembarca en España

En una primera fase, DispatchTrack comercializará en España los productos que permiten percibir rápidamente su valor añadido respecto a la competencia como LastMile, PlannerPro y OnDemand, ofreciendo fácil implementación y resultados en el corto plazo. La compañía mantiene un proceso de innovación permanente, para ofrecer el mejor servicio a más de 2.200 grandes compañías a nivel global como Walmart, Coca-Cola, Ashley, Ferguson Enterprises o Cargill, McCain Foods

La multinacional norteamericana DispatchTrack, líder mundial en software de "entrega en la última milla", basado en Inteligencia Artificial, va a desembarcar en España.

Fundada en 2010 por Satish Natarajan y Shailu Satish, en poco más de una década, DispatchTrack se ha convertido en la solución líder de gestión de entregas a tiempo en la que confían más de 2.200 empresas de todo el mundo, que realizan más de 180 millones de entregas al año a compañías como Walmart, Coca-Cola, Ashley, Ferguson Enterprises o Cargill, McCain Foods. Natarajan y Satish comienzan esta compañía en un "sofá", ya que tras comprar muebles nuevos para su salón, se sorprendieron de la falta de transparencia en la entrega, no sabían cuando llegaba su sofá y cuando se entregó faltaba un cojín que nunca llegó. Un problema persistente en el sector y así en cuestión de meses, crean el primer prototipo de DispatchTrack. Una empresa que a lo largo de 10 años ha conseguido ser líder "de última milla" para todos los sectores en todo el mundo.

Una plataforma SaaS escalable

DispatchTrack permite a las empresas de reparto estar más conectadas y ser más ágiles e inteligentes, gracias a múltiples funciones altamente configurables que mejoran la gestión del reparto de principio a fin. Su algoritmo patentado de enrutamiento impulsado por IA garantiza un 98% de precisión de tiempo estimado de llegada, en las entregas de última milla.

Los algoritmos de planificación de DispatchTrack permiten ahorrar entre 17% y 25% de los costes de la distribución. Al optimizar las rutas, se reduce el número de vehículos necesarios para las entregas, despachando los vehículos con el 90% de ocupación y reduciendo la huella de carbono. Además, DispatchTrack permite a sus usuarios lograr el 98% de efectividad en las entregas, reducir hasta en un 50% las llamadas en el call center de atención al cliente, disminuir al 1,5% la tasa de rechazo y ofrecer una ventana de entrega de menos de dos horas. La solución cuenta con un módulo de importes que permite calcular el coste de cada transportista, el gasto por tipo de vehículo y el coste en función de otros parámetros, una información que ayuda a optimizar aún más las entregas y reducir los gastos.

Una revolución para el destinatario

DispatchTrack es totalmente configurable, modular y se integra fácilmente con las aplicaciones de los clientes, resuelve problemas proactivamente, reduce la incertidumbre y aumenta la transparencia y mejora la satisfacción de los clientes. Los destinatarios conocen el estado y la hora estimada de llegada de sus pedidos a través de SMS, email, WhatsApp o siguiendo la ruta desde su móvil.

Además, el sistema confirma las entregas a través de pruebas de entrega de firma digital, certificación de recibo y/o fotos.

También es importante señalar que pueden comunicarse con el transportista lo cual aporta una interacción única en el sector. DispatchTrack reduce la huella de carbono gracias a su desarrollo de manera notable y su coste es proporcional al uso.

La compañía tiene una presencia destacada en sectores como Logística, Retail, Alimentación y Bebidas, Mobiliario y Electrodomésticos, Distribución Sanitaria y Médica, Suministros de Construcción, entre otros.

Desembarco en España

En una primera fase, DispatchTrack comercializará en España los productos que permiten percibir rápidamente su valor añadido respecto a la competencia como LastMile, PlannerPro y OnDemand.

PlannerPro automatiza la planificación y optimiza las rutas, generando eficiencia, ahorro en costes, en tiempos de planificación, se integra con LastMile y reduce errores humanos. LastMile es la plataforma donde los clientes pueden ver en todo momento qué está pasando con cada una de las entregas a través de una aplicación móvil en los vehículos. El sistema facilita la ruta optima y, una vez iniciada, empieza a notificar a los clientes la hora estimada de entrega, superando el 98% de precisión, con comunicaciones a medida que se llega al destino. Una vez en el destino, él puede registrar la entrega: una foto de la guía firmada, una foto de los productos entregados, dejar registro cuando una entrega no se pudo realizar por ausencia del cliente... Al mismo tiempo, se genera una notificación al cliente indicando que el producto fue entregado, con la asociada que desee como pruebas de entrega, punto exacto donde se hace la entrega, opinión sobre el servicio y el producto del cliente. LastMile tiene 8 módulos, que incluyen estadísticas de más de 47 KPI, y ofrece mapas de calor que mejoran la operativa del conductor.

Por su parte, OnDemand que está focalizado en clientes que necesitan realizar entregas en tiempo récord, como supermercados y farmacias. Es el ideal para los clientes que quieren entregar en menos de 90 minutos. La aplicación geo referencia el punto de recogida asignando de manera automática. Además, se integra en el carro de compras del cliente, de manera que en el momento que llega una compra, comienza a correr el tiempo configurado en la plataforma y el sistema va a ir ordenando las gestiones por distancia y tiempo.

"Cada entrega lleva mucho más que pedidos, lleva la reputación de cada marca y eso es lo que nosotros cuidamos, ese activo tan valioso que es tan fácil de perder y difícil de recuperar", señala Felipe Porter, VP de Ventas de DispatchTrack. "Nuestro valor añadido es la experiencia que tenemos derivada de diversidad de operaciones y de la cantidad y calidad de cliente. Somos la opción más segura, robusta y fiable, con un equipo de soporte de altísimo nivel, que responde en menos de 33 segundos y resuelve el ticket completo en menos de 50 minutos. Además, mejoramos constantemente el producto, anticipándonos a las necesidades de nuestros clientes para que sus clientes finales tengan una experiencia de compra premium, fidelizándoles".

El core de negocio de DispatchTrack es la tecnología, ofreciendo el estado del arte del sector a todos sus clientes, que podrán integrar un sistema de planificación y seguimiento de las rutas líder del mercado. Y lo hace potenciando su propio canal interno, para que puedan hacerse cargo de la experiencia de entrega de sus clientes y tener una relación directa con ellos, sin necesidad de contar con un intermediario. "De esta manera,- comenta Porter- apoyamos la fidelización de clientes asociada a una buena experiencia con la empresa vendedora no con un marketplace, potenciando la reputación de cada una de las marcas que confían en nuestra tecnología para llevar su última milla al siguiente nivel".

Datos de contacto:

María Guijarro

622836702

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Otros Servicios](#) [Movilidad y Transporte](#) [Innovación Tecnológica](#) [Arquitectura](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>