

## Más de la mitad de los pedidos online de material escolar de todo un año se realiza en verano

- El ecommerce dedicado a la venta de material escolar [Vivaelcole.com](http://Vivaelcole.com) confía en Directia, la unidad de negocio de Mediapost especializada en logística relacional, para la preparación, control y distribución de todos sus envíos.
- Frente a gigantes como Amazon o AliExpress, la flexibilidad y capacidad de adaptación de la logística a las necesidades del cliente es clave en el sector.

**Madrid, 06 de agosto de 2019.** La ‘vuelta al cole’ es siempre un momento de ilusión para grandes y pequeños que, desde semanas antes del inicio de las clases, ya piensan en libros que forrar, cuadernos que huelen a nuevo, lápices de madera, bolígrafos de tinta borrable y mochilas con ruedas para transportar todo ese material sin que la espalda se resienta.

El tiempo libre del que disfrutaban padres e hijos durante las vacaciones de verano convierte a este periodo en la mejor época para adquirir estos artículos, según confirma la tienda online de productos escolares [Vivaelcole.com](http://Vivaelcole.com), que en los meses de julio, agosto y septiembre concentra casi la mitad del total de pedidos de todo el año.

Se trata, pues, del mayor pico de trabajo para este ecommerce que ha encontrado en [Directia](http://Directia), la unidad de negocio de [Mediapost](http://Mediapost) especializada en logística relacional, el mejor aliado para dar a sus clientes la respuesta inmediata que exigen.

El año pasado, la suma del número de pedidos de los tres meses de verano (13.455) superó en casi 1.700 al cómputo total de pedidos del resto del año (que fue de 11.757). No en vano, julio, agosto y septiembre concentran el 46% de la venta en términos económicos y suponen el 50% de las referencias enviadas durante todo el ejercicio.

Por ello, una correcta preparación de los pedidos, un exhaustivo control de stock y un excelente servicio de entrega son fundamentales a la hora de satisfacer la demanda y, sobre todo, fidelizar al cliente final.

*“Confiamos en Directia porque nos aporta una flexibilidad y una capacidad de adaptación sin las que no podríamos atender el volumen de pedidos que tenemos en nuestro mayor periodo de ventas, que es bastante estacional y que requiere de la máxima eficiencia en esos meses previos al inicio de las clases”,* señala **Jesús Muñoz, CEO de Vivaelcole.com**. En su opinión, lo más importante en estos meses es *“tenerlo todo dispuesto para no fallar en la ejecución de la campaña”,* por lo que gestionar con eficacia y rigurosidad la logística es fundamental para un sector con una competencia tan alta como es el de la venta y distribución de material escolar.

Por su parte, para el responsable global de Directia, **David Arteaga**, la misión de su unidad de negocio *“es conseguir que el material que distribuye Vivaelcole.com a través de su tienda online esté en todos los hogares justo a tiempo para la vuelta al cole”*. *“Se trata de la campaña más importante del año para nuestro cliente y, por ello, trabajamos con rapidez y eficiencia, con el objetivo no solo de dar el mejor servicio al usuario, sino también de posicionar la marca frente a otros ‘gigantes’ del sector de las plataformas de comercio electrónico, como Amazon o AliExpress”*.

**Para más información:**

**Mediapost**

Irene Cubas

682 612 979

[Irene.cubas@mediapost.es](mailto:Irene.cubas@mediapost.es)

**Trescom Comunicación**

Florita Vallcaneras / Ana Vázquez

91 411 92 90 / 627 811 799

[florita.vallcaneras@trescom.es/ana.vazquez@trescom.es](mailto:florita.vallcaneras@trescom.es/ana.vazquez@trescom.es)