



Sechs Tipps für Retailer: So gelingt eine Professionalisierung der Versandabläufe

Seven Senders erklärt, wie smarte Software die Logistik und das Liefertracking optimiert und so Kundenzufriedenheit und Wachstumspläne unterstützt

E-Commerce-Unternehmen, die sich internationales Wachstum und nachhaltigen Erfolg auf die Fahnen geschrieben haben, benötigen verlässliche Echtzeit-Informationen über alle relevanten Logistikmetriken, unterstützt von innovativer IT. Die Supply Chain- und E-Commerce-Experten von [Seven Senders](#) haben in sechs Tipps zusammengefasst, worauf wachstumsorientierte Firmen hierbei achten sollten. Als Anschauungsbeispiel dient die EMP Merchandising Handelsgesellschaft mbH, die mithilfe der Tracking- und Monitoring Software [Sendwise](#) Kunden mit wichtigen Zustell- und Lieferupdates versorgt. Außerdem erhalten die Mitarbeiter sogenannte Alerts, die ihnen Einblick in die Logistik-Performance geben und auf möglichen Optimierungsbedarf aufmerksam machen. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass der Kunde jederzeit den aktuellen Standort seines Pakets feststellen kann und der Kundendienst dadurch entlastet wird.

Das Unternehmen EMP, kurz für Exclusive Merchandise Products, ist spezialisiert auf das Design, die Herstellung und den Vertrieb von Merchandising-Artikeln im Rock-, Metal-, Entertainment- und Gaming-Bereich. In den vergangenen Jahren ist EMP stark gewachsen und mittlerweile europaweit führend. Die Zahl der Bestellungen und Kunden nimmt weiterhin kontinuierlich zu. Diese Entwicklung geht einher mit dem vermehrten Kundenwunsch nach schnelleren und verlässlichen Lieferungen, deren Status problemlos eingesehen werden kann. Gesucht wurde eine Möglichkeit, hiermit verbundene Prozesse zu verschlanken und Kunden besser zu unterstützen.

Folgende Tipps helfen auch anderen Unternehmen dabei, Herausforderungen wie diese erfolgreich zu meistern:

1. Alle Bestell- und Lieferinformationen sollten schnell und einfach abrufbar sein

Wann ein Paket eintrifft und wo es sich befindet, können so manche Online-Käufer heute nur schwer einsehen. Oftmals verschickt das Warenwirtschaftssystem des Anbieters lediglich eine Versandbestätigung mit Tracking-ID. Kunden müssen in einem nächsten Schritt den Online-Shop verlassen, die Seite des Logistikdienstleisters aufrufen und hier abermals ihre Details und lange Trackingnummer eingeben. Eine durchgängige und nahtlose Informationskette ist nicht möglich und schwer darstellbar. Besser und transparenter ist es, wenn Kunden die Seiten des jeweiligen Unternehmens nicht verlassen müssen, sondern zum Beispiel mithilfe von Sendwise alle Informationen zu Lieferstatus und Co. aus einer Hand erhalten. Das Beispiel EMP zeigt, dass durch den Einsatz von Sendwise die Zahl der Anfragen zum Lieferstatus einer Bestellung beim Kundendienst um rund zehn Prozent gesunken ist. Hinzu kommt, dass Retailer die Daten ihrer Kunden so nicht an andere Dienstleister wie beispielsweise Paketzusteller weitergeben müssen. Möglich sind auch Push-Benachrichtigungen, die den Kunden proaktiv mitteilen, dass die von ihnen bestellte Ware beispielsweise am Montag eintreffen wird.



2. Tracking- und Kundeninformationen sollten verlässlich zusammengeführt werden

Sinnvoll ist darüber hinaus eine Lösung, die die Trackinginformationen unterschiedlicher Carrier bündelt und dann zentral abrufbar macht. So können beispielsweise Operations Manager und Logistikverantwortliche und Anwender sehen und vergleichen, wie gut die Zustellgeschwindigkeit ist und wie lange ein Paket unterwegs ist. Dies bietet wichtige Einblicke in die Qualität der Zustellung. Datentransparenz hilft zugleich, Rücksendungen zu minimieren, denn Informationen zu Annahmeverweigerern, beschädigten Paketen oder fehlerhaften Adressen lassen sich schnell und problemlos analysieren und Lieferleistungen vergleichen.

3. Tracking und Warnwirtschaft sollten sich nahtlos koppeln lassen

Operationale Exzellenz und Customer Service stehen bei zukunftsorientierten Unternehmen an erster Stelle. Dies schließt verlässliche Lieferungen ebenso ein wie gut informierte Mitarbeiter. Kunden sollten digital, effizient und bequem auf den ihnen bekannten Kunden-Dashboards über den Stand ihrer Bestellung und den Weg ihrer Pakete informiert werden, ohne dass andere Webseiten aufgerufen werden müssen. Damit dies gelingt, ist eine Software ratsam, die die Informationen, die im Warenwirtschaftssystem bereits vorliegen, bestmöglich zusammenführt und an den Kunden weiterleitet, sodass der Kontakt zur jeweiligen Marke bestehen bleibt.

4. Aufwendige Systemanpassungen vermeiden

Die Realisation einer eigenen Analyseplattform bedeutet zumeist großen Aufwand. Des Weiteren sind geeignete IT-Ressourcen erforderlich, die Online-Player zumeist nicht zur Verfügung haben. Eine Software wie Sendwise bietet alle benötigten Funktionen als Standard, ein aufwendiger und oft auch riskanter Eingriff ins Standardsystem lässt sich so vermeiden. Ein derartiges Vorgehen eignet sich ideal für Unternehmen, die kein individuell konzipiertes Warenwirtschaftssystem haben und daher eingeschränkt in puncto Schnittstellen sind.

5. Übersichtliche und leistungsstarke Analysefunktionen beachten

Ein weiterer wichtiger Punkt, der Beachtung finden sollte, sind die Analyse- und Auswertungsmöglichkeiten der Tracking-Software. Sie sollten zum einen detailliert und übersichtlich sein, die Daten von verschiedenen Carriern harmonisieren und vergleichbar machen. Zum anderen müssen sie aber auch mit Anwendbarkeit und Benutzerfreundlichkeit überzeugen.

6. Bei Expansion ins Ausland auf erfahrenen Logistiksupport setzen

Vor allem wenn es um die Zusammenarbeit mit Paketdienstleistern in anderen Märkten geht, bietet sich die Unterstützung durch einen Logistikexperten wie Seven Senders an, der als Vertragspartner mit dem jeweiligen Carrier fungiert und bessere sowie günstigere Konditionen aushandeln kann. Hierdurch können Unternehmen schnell und einfach einen neuen Markt bedienen, ohne aufwendige Vertragsverhandlungen oder eigene Partnerschaften planen zu müssen.

###



Über Seven Senders

Seven Senders ist die führende Delivery-Plattform für den Paketversand in Europa. Das Unternehmen verbindet Händler mit lokalen Premium-Paketzustellern und ermöglicht Händlern damit eine schnelle und günstige Lieferung, angepasst an die Bedürfnisse und Ansprüche der Endkunden. Das unvergleichbare Kundenerlebnis während des Versands wird durch eine exzellente Tracking- und Monitoringlösung ergänzt. Sie ermöglicht dem Händler beispiellose Transparenz im gesamten Versandprozess. www.sevensenders.com.

Unternehmenskontakt

Sandra Maeder
Head of Marketing and Communication
Seven Senders GmbH
Schwedter Str. 36 A
10345 Berlin
+49 (0) 151 68 918 800
s.maeder@sevensenders.com

Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH
Charlotte Müller
Johannstr. 1
40476 Düsseldorf
+49 (0) 211 882 476 49
sevensenders@teamlewis.com