



So erreichen Händler Delivery Excellence

Wie Onlineshops beim Versand ein Höchstmaß an Kundenzufriedenheit garantieren

Berlin, 22. Februar 2019 – Die Globalisierung nimmt auch unter Online-Käufern Fahrt auf: Laut Accenture beträgt das Wachstum bei Bestellungen über Landesgrenzen hinweg jährlich 29,3 Prozent – und bis 2020 wird ein Anteil am gesamten E-Commerce von 29,2 Prozent erwartet. Vor diesem Hintergrund hat die Delivery-Plattform [SEVEN SENDERS](#) das E-Book „How to unlock the European E-Commerce market“ veröffentlicht. Darin beleuchten die Experten für Prozesseffizienz im Versand, wie entscheidend eine exzellente Customer Journey für die Kundenbindung und den Geschäftserfolg von E-Commerce-Händlern ist und wie sie selbst aktiv dazu beitragen können.

Der europäische Markt wird vielfach als Binnenmarkt betrachtet. Dennoch sind Online-Händler gut beraten, die lokalen Gegebenheiten und Kundenanforderungen zu berücksichtigen, wenn sie in den einzelnen Ländern erfolgreich sein wollen. Das bedeutet: Inhalte und Sprache des Shops müssen übersetzt werden und Bezahlmodalitäten sowie Lieferoptionen entsprechend den lokalen Kundenbedürfnissen ausgerichtet sein. Laut einer Studie von Morgan haben 75 Prozent aller Unternehmen im vergangenen Jahr der Customer Experience die höchste Priorität in ihrem Handeln zugeordnet. Entsprechend wichtig für Verkäufer ist die Kenntnis, wo und mit welchen Mitteln sie innerhalb der Customer Journey ansetzen sollten, um die Kunden zum Kauf animieren. Hier besteht bei vielen E-Commerce-Anbietern Optimierungsbedarf, wenn sie sich langfristig als erfolgreiche Händler im europäischen Markt positionieren wollen.

Alle Schritte der Customer Journey sind zu berücksichtigen

Neben einem bequemen Shopperlebnis gilt es, lokale Bezahlpräferenzen zu berücksichtigen und die Lieferung als zentralen Bestandteil zu betrachten. Immerhin setzen sich laut Whitepaper zwei Fünftel (41 Prozent) der kaufentscheidenden Faktoren im Online-Einkauf aus den vier Faktoren Lieferzeit, Retourenlösung, Pick-Up/Drop-off (PUDO) und der Anzahl der Lieferoptionen zusammen. Dementsprechend unverzichtbar ist es, diese Faktoren fest in die Customer Journey zu integrieren. Der Kunde sollte bei jedem Schritt, an jedem Touchpoint und zu jeder Zeit positive Erfahrungen machen. Das gilt insbesondere auch für die Lieferung. Ein wichtiger Baustein, um ein unvergleichliches Versanderlebnis zu gewährleisten, ist eine optimale Kundenkommunikation.

Während des Versands hat der Kunde einen großen Informationsbedarf: Wo ist mein Paket? Wann kommt es an? Beim Versender setzt das ein einwandfreies Tracking voraus. Der Kunde



erwartet heute, auf der Trackingpage des jeweiligen Shops selbst den aktuellen Status seiner Lieferung einsehen zu können und möglichst lückenlos benachrichtigt zu werden, falls sich der Versandstatus ändert.

„E-Commerce-Anbieter sollten es vermeiden, diesen Service am Kunden an den Paket-Carrier auszulagern. Denn den entscheidenden Beitrag zu einem positiven Kundenerlebnis bis zur Haustür liefert eine vom Shop selbst gestaltete, proaktive und individuelle Kundenkommunikation während des Versands“, erklärt Johannes Plehn, Co-Founder von SEVEN SENDERS. „Zudem gilt es, bei der internationalen Expansion des eigenen Onlineshops lokale Besonderheiten der Zielmärkte zu berücksichtigen. Als deutscher Onlineshop empfiehlt es sich, beispielsweise in Frankreich hinsichtlich Sprache, Bezahlung und Versand aufzutreten wie ein französischer Player. Das ist die Voraussetzung, damit sich die Kunden genauso zuhause fühlen wie bei einem französischen Shop und von einem durchgehend positiven Kundenerlebnis profitieren.“

Das E-Book „How to unlock the European E-Commerce market“ kann <https://www.sevensenders.com/de/wp-europaeischen-e-commerce-markt-erschliessen> kostenlos heruntergeladen werden.

###

Über SEVEN SENDERS

SEVEN SENDERS optimiert als führende Delivery-Plattform die Prozesse während des Versands. Dazu verbinden wir Händler mit lokalen Premium-Paketzustellern in Deutschland, Europa und der Welt. Wir ermöglichen Händlern 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 Strasse 36 A
10345 Berlin
+49 (0) 151 – 68 918 800
s.maeder@sevensenders.com

Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH
Ingo Geisler
Derendorfer Allee 33
40476 Düsseldorf
+49 (0)211 – 882 476 28
sevensenders@teamlewis.com

