



Top Tipps für die letzte Meile: Hierauf sollten Online-Händler und Co. bei der Zustellung ihrer Waren verstärkt achten

Delivery-Plattform Seven Senders gibt fünf Ratschläge für einen qualitativen, effizienten und kostengünstigen Versand auf der letzten Meile

Berlin, 10. September 2019 – Der E-Commerce boomt und wird zugleich immer komplexer. Dadurch steigen auch die Herausforderungen beim Versand. Gerade auf der letzten Meile müssen die Abläufe stimmen, da es hier zum direkten Kontakt mit dem Kunden kommt. Die „Last Mile“ wird daher vermehrt zum Erfolgsfaktor für Unternehmen. Als führende Plattform für den Paketversand in Europa hat [Seven Senders](#) Händlern jetzt fünf Tipps zusammengestellt, die aufzeigen, wie sich der Transport von Waren auf der letzten Meile effizient und kostengünstig gestalten lässt.

1. Individuelle Kundenanforderungen erfüllen

Mal wünschen sich Kunden einen besonders preiswerten Versand, mal steht eine schnelle Lieferung im Fokus. Hinzukommen spezielle Bedürfnisse, wie etwa ein Zustellungsversuch zu einer zuvor gewählten Uhrzeit oder die Lieferung an einen Pick-up- und Drop-off-Punkt. An diesen Stationen können Sendungen bequem abgeholt und Retouren aufgegeben werden. Das alles müssen Händler bei der eigenen Strategie hinsichtlich der letzten Meile berücksichtigen. Sie müssen überlegen und entscheiden, was ihre Kunden erwarten und was sie ihnen anbieten möchten. Wichtig ist es darüber hinaus, einen lokalen Versandpartner in der jeweiligen Versandregion zu haben, der mit den dortigen Begebenheiten und Kundenwünschen bestens vertraut ist. „Je stärker Unternehmen Kunden langfristig an sich binden wollen, desto mehr sollten sie in hohe Servicequalität und kurze Laufzeiten im Versand investieren“, sagt Johannes Plehn, einer der beiden Gründer von Seven Senders. Kunden würden ein einzigartiges Versanderlebnis mit den entsprechenden Händlern verknüpfen. Das wirke sich positiv auf die Kundenzufriedenheit aus.

2. Innovative Technologien und Partner an Bord holen

Schnellebig und dynamisch – der Bereich Versand befindet sich im stetigen Wandel, dem sich die Händler fortlaufend anpassen müssen. Unternehmen entwickeln zukunftsfähige Technologien, durch die sich neue Geschäftsmodelle erschließen. Diese Entwicklungen zeigen sich insbesondere auf der letzten Meile. Der schwedische Lieferdienst Budbee hat sich zum Beispiel auf die Same-Day- und Zeitfensterzustellung spezialisiert, die er auf der letzten Meile über ein Kuriernetzwerk abwickelt. Weitere Start-ups wie LuckaBox oder Liefery punkten mit einem innovativen Einsatz von Daten und Technologie im Bereich der Transport- und Routenplanung. Bei einer Zusammenarbeit mit mehreren Firmen dieser Art können Händler zudem unterschiedliche Last Mile-Dienstleistungen anbieten.



3. Flexibilität ist Trumpf

Wer individuelle Kundenwünsche bis zur Paketzustellung erfüllen will, muss flexibel sein. Um eine optimale Zustellung zu gewährleisten, ist es wichtig, für seine Produkte und Kundenwünsche das beste Versandkonzept zu wählen. Experten wie Seven Senders liefern ihnen Lösungen, die der Vielfalt des Marktes und den Kundenanforderungen gerecht werden. Unternehmen müssen sich fragen, welchen Carrier beziehungsweise Carrier-Mix sie für das bestmögliche Versanderlebnis wählen wollen. „Eine Lieferung sollte so an den Zielmarkt angepasst sein, dass Händler beim Kunden den gleichen Eindruck hinterlassen wie die lokalen Marktführer“, sagt Thomas Hagemann, der zweite Gründer von Seven Senders.

4. Komplexität vermeiden

Logistik und Versand sind ein preissensitives Geschäft. Wo möglich, sollten Unternehmen klare und einfache Prozesse etablieren und auf diese Weise Zeit und Kosten einsparen. Dazu zählt unter anderem die Kommunikation mit einem zentralen Ansprechpartner, der die Abläufe koordiniert und alle benötigten Leistungen aus einer Hand anbietet. „Die One-Stop-Solution von Seven Senders ist ein optimaler Enabler, Innovationen auf der letzten Meile in Europa zu implementieren und den Konsumenten anbieten zu können“, erklärt Johannes Plehn. Auf einer einheitlichen, übersichtlichen Plattform finden Kunden einzelne Versandservices, die wie in einem Baukasten nach Bedarf zusammengestellt werden können. So beispielsweise das virtuelle Carrier Netzwerk, das ermöglicht mit lokalen Last-Mile-Carriern zusammenzuarbeiten. Damit wird nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Conversion Rate erhöht.

5. Transparenz schaffen

Damit Kunden ihre Bestellung bis zur Ankunft des Pakets nachverfolgen können, müssen Händler Transparenz schaffen. Zu diesem Zweck lassen sich leistungsstarke Tracking- und Monitoring-Lösungen wie [Sendwise](#) von Seven Senders einsetzen. Händler und Kunden können stets sehen, wo sich die Lieferung gerade befindet. Dabei verbleiben Kunden in ihrer gewohnten Onlineshop-Umgebung. Zusätzlich können Händler ihre Kunden proaktiv über den Versandstatus informieren und damit die Kundenserviceanfragen nach dem Verbleib der Sendung um bis zu 30 Prozent zu senken.

Ganzheitliches Lieferkonzept aus einer Hand

„Manche Carrier können mit dem starken Wachstum des E-Commerce nicht mithalten. Ihr Problem ist, dass sie unzulänglich in die Infrastruktur investiert haben“, berichtet Johannes Plehn. Seven Senders hat dagegen ein großes, virtuelles Netzwerk an Carriern aufgebaut und kombiniert deren Stärken miteinander, um die spezifischen Anforderungen in den jeweiligen Ländern zu erfüllen. Händler sind nicht gezwungen, auf einen Monopolisten zu setzen. Sie können zwischen verschiedenen lokalen Zustellern den für sie besten wählen. Eine Kooperation mit Seven Senders bietet international agierenden Händlern bis zu 30-prozentige Kostensenkungen, um 35 Prozent schnellere Lieferzeiten sowie 44-prozentige Umsatz- und Rentabilitätssteigerungen.

Weiter Informationen über Seven Senders unter: www.sevensenders.com.



Über SEVEN SENDERS

SEVEN SENDERS ist die führende Delivery-Plattform für den Paketversand in Europa. Auszeichnungen wie der Supply Chain Scale-up-Award 2019 unterstreichen diese Position. Das Unternehmen verbindet Händler mit lokalen Premium-Paketzustellern und ermöglicht ihnen 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. So erhalten 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
Charlotte Müller
Johannstraße 1
40476 Düsseldorf
+49 (0) 211 882 476 49
sevensenders@teamlewis.com