



Black Friday 2019: Kundenfokussierter Versand am umsatzstärksten Shoppingtag des Jahres

Seven Senders erläutert, worauf Online-Händler achten sollten, um Kunden reibungslose, schnelle und transparente Lieferungen zu ermöglichen

Berlin, 8. Oktober 2019 – Bald ist es wieder soweit: Am 29. November steht einer der shoppingreichsten Tage des Jahres an. Der als Black Friday aus den USA herübergeschwappte Schnäppchentag lockt on- und offline mit Rabattaktionen, und so mancher Konsument verfällt an diesem Tag in einen Kaufrausch. Laut [Handelsverband HDE](#) gaben die Deutschen am Black Friday-Wochenende 2018 rund 2,4 Milliarden Euro aus. Für Händler ist der „schwarze Freitag“ demnach ein sehr lukrativer Tag, um Umsätze zu steigern und überdurchschnittlich viele Neukunden zu gewinnen. Um an Aktionstagen wie diesen Kunden zu binden und zu Wiederholungskäufen anzuregen, ist es essentiell, eine durchweg positive Customer Experience (CX) bis zur Paketübergabe an der Haustür zu bieten. Die Delivery-Plattform [Seven Senders](#) stellt jetzt die Grundpfeiler erfolgreicher Kundenerlebnisse und Kundenbindung im Paketversand vor: Kern ist das perfekte Liefererlebnis für den Endkunden, in dem seine Anforderungen in Sachen Lieferung – etwa präferierter Paketzusteller, Zustellorte und -zeiten – ebenso Berücksichtigung finden wie das Informationsbedürfnis, wo sich die Lieferung gerade befindet.

Einfache Retouren sind Pflicht

77 Prozent der von [Metapack](#) in einer Studie Befragten wünschen sich von Online-Shops die gleichen exzellenten Versandservices, wie sie die großen Player bieten. Bei 45 Prozent der Studienteilnehmer kam es sogar aufgrund unbefriedigender Lieferoptionen nicht zu einem Bestellabschluss. In einer [Umfrage](#) des Marktforschungsinstituts YouGov erklärten 77 Prozent der Befragten, dass einfache Rückgabemöglichkeiten für sie im Online-Shopping mit kaufentscheidend seien. Finden sie hingegen heraus, dass es bei Nichtgefallen einer Ware keine derartige Option gibt, wird der Kauf schnell abgebrochen. Hierdurch geht Retailern wichtiger Umsatz verloren.

Da es sich bei Käufen an Aktionstagen wie dem Black Friday oft um Impulskäufe handelt, ist die Zahl der Retouren entsprechend hoch. Das bedeutet: Retailer müssen bestmöglich vorbereitet sein und benötigen effiziente Versandabläufe und ein strategisches Retourenmanagement. Einfache Rücksendeoptionen sind ein wichtiger Service von Online-Shops jeder Größe, der dazu beitragen kann, dass Kunden häufiger in dem jeweiligen Shop einkaufen, und sich dieser vom Wettbewerb abhebt. Darüber hinaus schaffen Händler mit einer einfachen Retourenabwicklung Vertrauen: Kunden wollen sicher sein, dass, sollten sie mit ihrem Online-Kauf nicht zufrieden sein, die Rückgabe genauso angenehm und nahtlos ist wie das Einkaufen selbst. Dabei erwarten Käufer beim Online-Shopping im Inland den gleichen Service wie im Ausland, was Händler vor Herausforderungen stellt. Die Auswahl des passenden lokalen Versandpartners, der die Erfordernisse in seinem Heimatmarkt genau



kennt und entsprechend handelt, ist dabei essentiell für das Kundenerlebnis, Kundenbindung und Umsatzerfolg und muss einen zentralen Stellenwert in der Versandstrategie jedes Handelsunternehmens einnehmen.

Schnelligkeit und Transparenz als Wettbewerbsvorteil

Morgens bestellt, sofort geliefert: Für die meisten Verbraucher gehört dieser Komfort schon zum erwarteten Servicelevel. Ebenso wichtig ist aber, dass jederzeit der optimale Überblick zum Versandstatus gewährleistet ist. Für ein Plus an Liefertransparenz sorgt eine umfassende und übersichtliche Sendungsverfolgung (Tracking). Eine aktuelle Umfrage von Seven Senders hat in diesem Zusammenhang herausgefunden, dass 80 Prozent der Käufer den Trackinglink nutzen, der von Shops oder Zustellern zur Verfügung gestellt wird. Kunden eine Möglichkeit zu geben, einzusehen, wo sich ihre Bestellung befindet und wann diese geliefert wird, ist ein wichtiger Aspekt einer hervorragenden Customer Experience und sollte daher Berücksichtigung in jeder Lieferstrategie finden.

„Schnelle und vor allem verlässliche Lieferungen sind die zentrale Basis für Kundenzufriedenheit und Wettbewerbsstärke im Handel. An Tagen wie dem anstehenden Black Friday müssen sich Retailer beweisen: Nur die Online-Händler, denen es gelingt, mit einem nahtlosen und transparenten Shopping- und Liefererlebnis zu begeistern, werden Kunden binden und ihren Erfolg stärken“, kommentiert Dr. Johannes Plehn, Gründer und Managing Director von Seven Senders. „Uns ist es ein zentrales Anliegen, Retailer in Sachen internationale Lieferungen, Retourenmanagement, Tracking und Customer Experience zur Seite zu stehen, damit sie ihren Kunden das Beste Versanderlebnis bieten können.“

Weitere 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

Pressemeldung



Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH

Charlotte Müller

Johannstr. 1

40476 Düsseldorf

+49 (0) 211 882 476 49

sevensenders@teamlewis.com