

KOSTENLOSER LEITFADEN

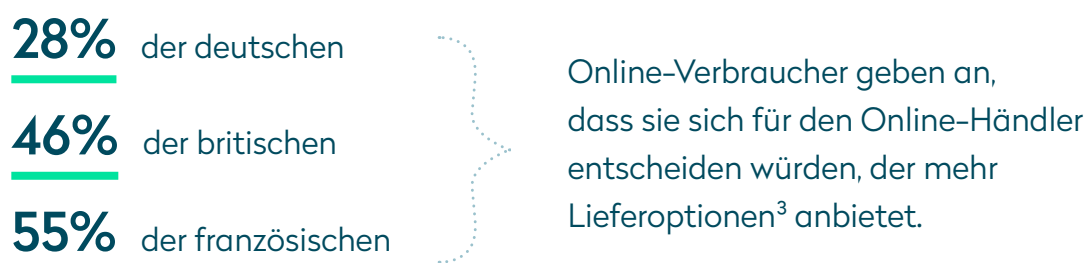
Die 3 wichtigsten Gründe, warum jeder europäische Online-Shop out-of-home anbieten sollte



Einführung

Im Laufe der letzten Jahre ist der Wunsch nach **Transparenz, Flexibilität und Kontrolle** während des Liefer- und Retourenprozesses für Online-Shopper zu einem immer wichtigeren Anliegen geworden.

59 % der Online-Verbraucher werden auf einen anderen Händler umsteigen, wenn die Lieferoptionen im Shop besser auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind.¹ Außerdem werden **36 %** niemals wieder bei einem Online-Händler einkaufen, mit dem sie ein negatives Liefererlebnis gehabt haben.²



Wie lassen sich also Kunden gewinnen und halten? Die **Qualität Ihrer Leistungen bei Lieferung und Retouren ist ausschlaggebend.**

Eine auf die ortsspezifischen Gegebenheiten zugeschnittene Herangehensweise ist der Schlüssel zu einem **kundenfokussierten** Prozess und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden Ihren Online-Shop erneut aufsuchen. Kunden wünschen sich Kontrolle über ihr Liefer- und Retourenenerlebnis; dies kann erreicht werden, indem man ihnen **mehrere Lieferoptionen** anbietet, damit sie diejenige **auswählen können**, die ihren Bedürfnissen entspricht.

Außerdem suchen Kunden zunehmend nach Möglichkeiten für nachhaltigen Konsum.⁴ Umweltbewusstes Online-Shopping – hierzu zählen auch **nachhaltige Lieferoptionen** – ist somit ein weiterer Faktor, der bei der Bewertung des gegenwärtigen Online-Kaufverhaltens berücksichtigt werden muss.

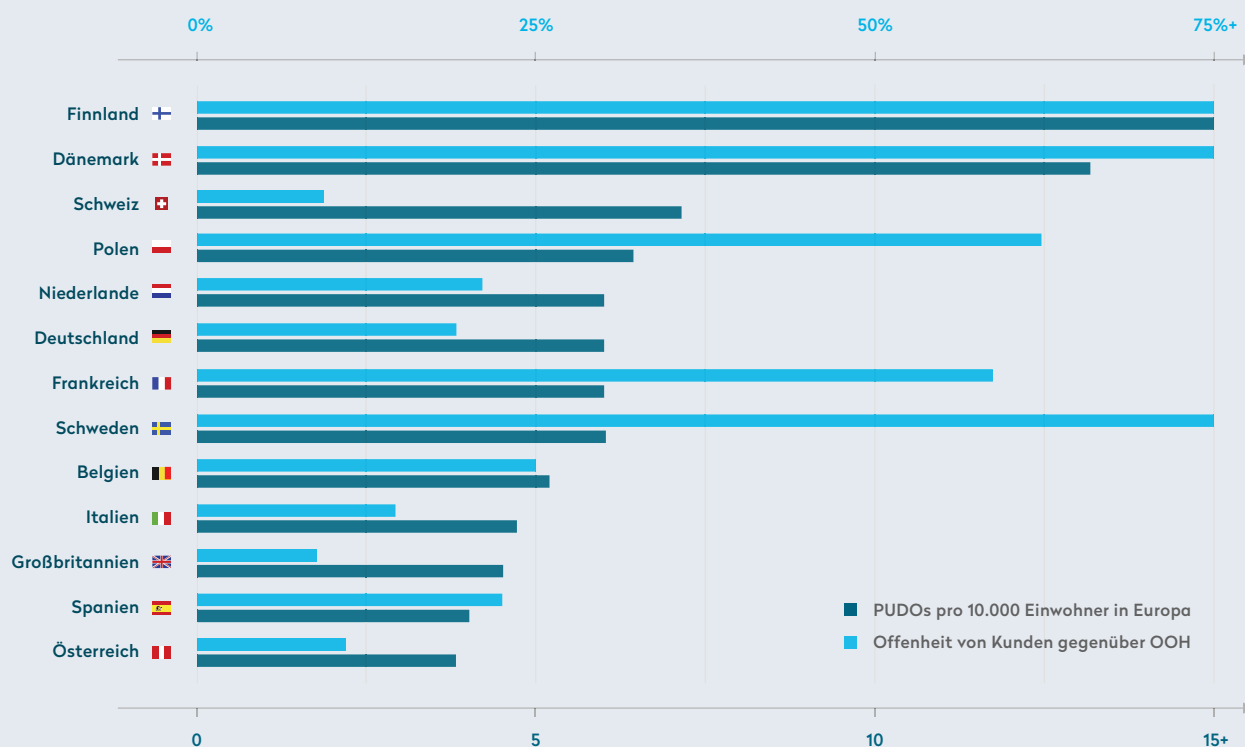
Was wäre, wenn Sie sich als Online-Händler in allen diesen Bereichen weiterentwickeln und obendrein noch **Kosten sparen** könnten?

Mit out-of-home erfreuen Sie Ihre Kunden und sparen gleichzeitig Kosten

Out-of-home existiert bereits seit einigen Jahren. In jüngerer Vergangenheit haben sich Dichte und Attraktivität von out-of-home jedoch dank beachtlicher Investitionen in Pick-up- und Drop-off-Netzwerke erhöht. Dies führt auf vielen europäischen Märkten zu einer Änderung des Verbraucherverhaltens, was out-of-home zusammen mit dessen Vorzügen bezüglich Kosten und Emissionen zu einem potenziellen Gamechanger im Bereich E-Commerce-Versand macht.

Dichte der Pick-up/Drop-off-Standorte (PUDO) in Europa

Mit mehr als 380.000 PUDO-Standorten⁵ verfügt Europa über ein dichteres Netz als jede andere Region



*PUDO-Standorte: Schließfach, Paketshops und Post-Offices

Hier sind drei Gründe, warum Sie unbedingt out-of-home anbieten sollten:

01. Höherer NPS

Mehr und mehr Kunden entdecken die Zuverlässigkeit von OOH-Lieferservices, die Bestellungen bei ihrem liebsten Pick-up/Drop-off-Standort hinterlegen. Anstatt sich in ihrer Nachbarschaft auf die Suche nach dem Paket zu begeben, wollen sie schon im Augenblick der Bestellung bestimmen, wann und wo sie diese abholen können – und dabei den Tag und die Uhrzeit selbst wählen. Ein solches Maß an **Freiheit und Selbstbestimmung** wird sich positiv auf ihren Liefer-NPS auswirken. Bieten Sie Ihren Kunden ihre bevorzugte Lieferoption an, um **ihren Bedürfnissen gerecht zu werden und Ihren NPS zu erhöhen**.



Die Bedeutung von out-of-home für einen höheren NPS

1. Kunden können sich für den Pick-up/Drop-off ihrer Wahl entscheiden.
2. Die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Zustellung beim ersten Versuch beträgt fast 100 %.
3. Weniger Kunden beschwerten sich über in ihrer Nachbarschaft verschollene Pakete.



02. Kostenersparnis

Mit out-of-home werden mehrere Pakete an einen einzigen Standort geliefert. Carrier ersparen sich auf diese Weise beachtliche Kosten. Die Kostenunterschiede schwanken stark, da sie von zahlreichen Faktoren wie dem Land, dem Carrier und dem Gewicht beziehungsweise der Größe der Pakete abhängen. Aus den verfügbaren Daten geht hervor, dass die Gebühren von out-of-home im Schnitt **5 % bis 25 % niedriger sind als die Gebühren für Hauszustellungen**. Wenn Sie Ihren Kunden out-of-home-Zustellung anbieten, können Sie von diesen Einsparungen profitieren.



Gesamtersparnis von **16 Cent – 3,6%** – pro Paket durch Anbieten von out-of-home.

Rechenbeispiel

Gebühr für Hauszustellung = 4,50 EUR/Paket

Gebühr für out-of-home-Zustellung = 3,70 EUR/Paket

Anteil der Kunden, die out-of-home-Zustellung nutzen: 20 %

Gesamtgebühr mit out-of-home-Zustellung: $4,50 * 0,80 + 3,70 * 0,20 = 4,34$ EUR

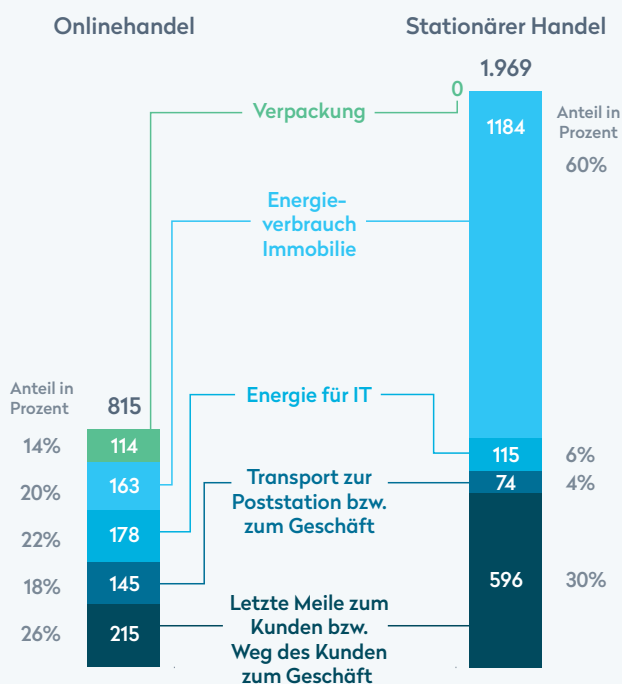
03. Nachhaltigkeit

Im Laufe der letzten Jahre haben Interesse und Bewusstsein für umweltfreundlichen Konsum bei Online-Shoppern stetig zugenommen, und Studien haben gezeigt, dass sie von Unternehmen erwarten, Verantwortung für den Schutz unserer Umwelt zu übernehmen. Was viele Online-Shopper jedoch nicht wissen, ist, dass **der Onlinehandel im Vergleich zum klassischen Einzelhandel über einen deutlich geringeren CO₂-Fußabdruck verfügt**. Außerdem haben Studien gezeigt, dass die meisten Kunden solch eine ausgeschriebene nachhaltige Lieferoption an der Kasse jeder anderen Option vorziehen.



Indem Sie out-of-home anbieten, können Sie Emissionen auf der letzten Meile um bis zu **300 g CO₂** pro Paket reduzieren, wenn Kunden anstelle der Hauszustellung ihren bevorzugten Pick-up-/Drop-off-Standort auswählen.

Durchschnittlicher Ausstoß von CO₂-Äquivalenten pro verkauftem Produkt im Vergleich von E-Commerce zu klassischem Einzelhandel



2,3

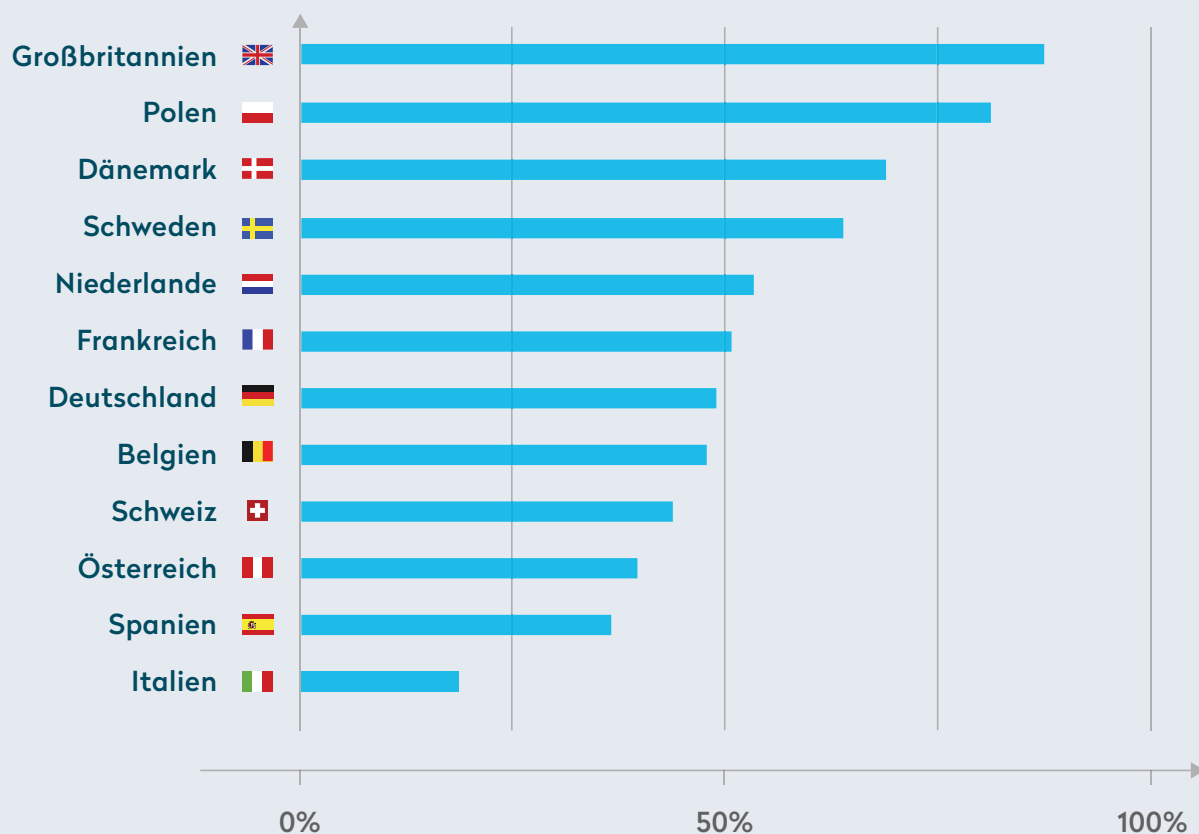
Faktor um den der stationäre Handel höher liegt

Quelle: Oliver Wyman, "Is E-Commerce good for Europe?", Economic and environmental impact study, p. 64

Zusätzliche out-of-home-Lieferoptionen für Retouren erhöhen Ihren NPS und können Kosten reduzieren

Das Abliefern von Paketen an PUDO-Standorten ist bei Retouren in allen europäischen Märkten Standard. Wenn Sie starke out-of-home-Carrier in Ihr vorhandenes Netzwerk aufnehmen, erhöhen Sie so die Anzahl Ihrer PUDOs und deren Dichte. Für viele Ihrer Kunden wird es auf diese Weise deutlich leichter, ihre Pakete abzuliefern. Da viele starke out-of-home-Carrier außerdem bereits sehr attraktive Tarife für Retouren anbieten, können Sie unter Umständen die Gesamtkosten in diesem Bereich ebenfalls senken.

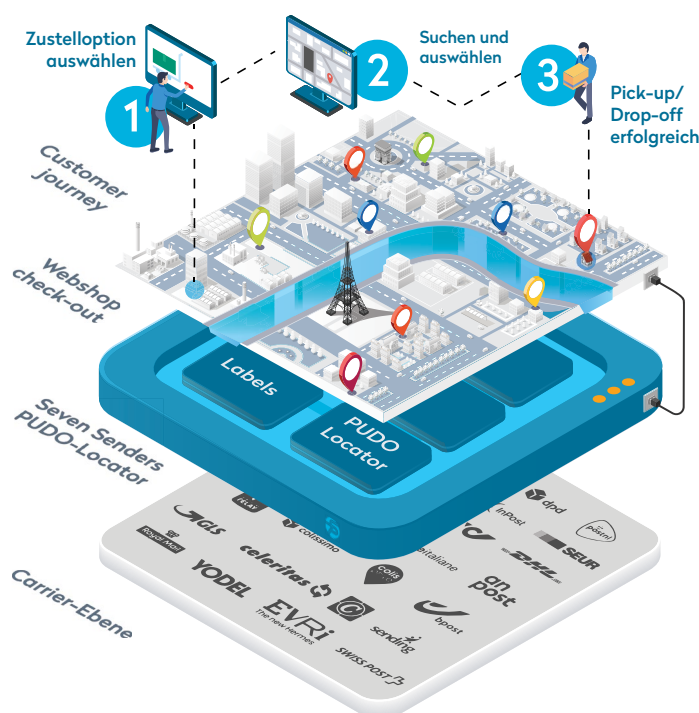
Erhöhung der PUDO-Dichte durch Hinzufügen eines zusätzlichen Retouren-Carriers



Nutzen Sie mit dem PUDO-Locator von Seven Senders das volle Potenzial von out-of-home

Das Hinzufügen oder Wechseln von Carriern, insbesondere im Bereich der OOH-Services, kann kostspielig sein und zieht häufig komplexe IT-Projekte nach sich. Mit dem PUDO-Locator hat Seven Senders seine zentrale API erweitert, um den Zugang zu komplexeren OOH-Carrier-Services zu ermöglichen. Mit dieser neuen Software können Händler in einem einzigen standardisierten und benutzerfreundlichen Format auf eine Vielzahl von europäischen OOH-Carrier-Services zugreifen.

Mit dem PUDO-Locator können Sie **Kosten sparen**, Ihren **NPS erhöhen** und Ihre **Emissionen auf der letzten Meile** um bis zu 300 g CO₂ pro Paket senken.



Erhalten Sie einen standardisierten Zugang zu PUDO-Standorten in ganz Europa, fordern Sie Carrier-Labels und Daten zur Sendungsnachverfolgung an. Profitieren Sie von den besten Tarifen für Paketzustellungen und -retouren. Den Transport von Ihren Lagern zu den Carriern übernehmen wir.

Haben Sie Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne! Wir freuen uns auf Ihre Nachricht



Felix Hansenzahl
Head of Sales

f.hasenzahl@sevensenders.com



Tim Rudolph
Vice President Product

t.rudolph@sevensenders.com

Über Seven Senders

Seven Senders ist die führende Plattform für Cross Border Paketversand in Europa und unterstützt Händler, ihre Wachstums- und Internationalisierungspläne erfolgreich umzusetzen. Das Unternehmen wurde 2015 in Berlin gegründet. Es hat mittlerweile Büros in fünf europäischen Ländern, 220+ Mitarbeiter und erzielt ein Jahresumsatz von 100+ Mio. Euro.

Seven Senders übernimmt die Organisation und Umsetzung des grenzüberschreitenden Paketversands für Händler jeder Art und optimiert so für Unternehmen wie ASOS, Shop Apotheke oder Tamaris den Versand nach Frankreich, Italien, Österreich, Schweiz und andere europäische Länder. Egal ob Geschwindigkeit oder Kosten im Fokus stehen sollen, Seven Senders bietet direkten Zugang zu den besten lokalen Carriern Europas (La Poste Colissimo, Bartolini, Post AT, Royal Mail, etc.) und verantwortet die täglichen End-to-end-Transporte vom Lager bis zum Endkunden.

Als One-Stop-Lösung können die Händler diverse zusätzliche Services abrufen, von einer Plug&Play-LabelLösung über ein EU-weites digitales Claim-Management bis hin zu Analytics und Tracking Tools. Selbstverständlich kann jedes Paket auch klimaneutral versendet werden. Wenn Sie also Wert darauf legen, Ihren Kunden ein lokales Versand-Erlebnis zu bieten, um Ihre Conversion und Retention zu steigern und gleichzeitig kostenoptimal aufgestellt zu sein, dann führt kein Weg an Seven Senders vorbei.

Redaktion:

Romina Romano
Tim Rudolph

Herausgeber:

Seven Senders GmbH
Dircksenstrasse 4,
10179 Berlin
+49 (0) 30 233 218 700
info@sevensenders.com

Copyright Seven Senders GmbH 2022

Diese Publikation stellt eine allgemeine, unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung der Seven Senders GmbH zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei der Seven Senders GmbH.

-
- 1-2. <https://info.metapack.com/rs/700-ZMT-762/images/Ecommerce%20Delivery%20Benchmark%20Report%202021.pdf>
 3. <https://www.metapack.com/whitepaper/consumer-research/>
 4. The influence of 'woke' consumers on fashion, McKinsey & Company, February 2019.
 5. <https://bloq.it/emerging-pudo-delivery-trends-worldwide>



SEVEN SENDERS

www.sevensenders.com