



Beste Bewertungen für Onlinehändler

Immer öfter werden größere Güter im Internet geordert, für deren Transport eine Spedition erforderlich ist. Die Anforderungen der Besteller an die schnelle Lieferung und den Informationsfluss sind dabei dieselben wie beim Paketversand. Mit B2CLine hat CargoLine ein Avistool kreiert, das die Bedürfnisse der Onlinekäufer erfüllt und den E-Commerce-Händlern zu sehr guten Bewertungen verhelfen kann.

Mussten Sie schon einmal einen halben oder ganzen Tag Urlaub nehmen, um Ihre im Worldwide Web getätigte Bestellung entgegenzunehmen? Haben Sie als Internethändler ab und zu weniger als fünf Sterne erhalten, weil Ihrem Kunden die Zustellung seiner Einkäufe zu langsam oder umständlich erschien?

Auf den ersten Blick scheinen Endverbraucher und die Zustellung ihrer Onlinekäufe per Spedition nicht zusammenzupassen. Erstere beschwerten sich häufig darüber, dass die Transportdienstleister nicht in der Lage sind, genaue Angaben über den Lieferzeitpunkt zu machen. Zudem können sie nicht nachvollziehen, warum der Lkw-Fahrer die Ware an der Bordsteinkante oder vor der ersten verschlossenen Tür ablädt, egal wie schwer die Lieferung sein mag.

Anspruchsvolles Handling

Der Spediteur wiederum muss meist erleben, wie seine gewohnten Abläufe bei B2C-Sendungen nicht greifen, weil sie einer besonderen Behandlung bedürfen: Anders als bei B2B-Sendungen müssen Zustellungen an einen Endverbraucher meist telefonisch abgesprochen werden. Die Crux: Onlinekäufer geben bei der Bestellung oft nur ihre Festnetznummer an, unter der sie tagsüber jedoch selten zu erreichen sind. Folglich muss der Transport- und Logistikdienstleister die Ware nach Eingang im Umschlaglager auf Verdacht ausfahren, womöglich mehrmals, bis er den Empfänger antrifft. Alternativ kann er die Sendung aus dem Warenfluss nehmen und „zwischenparken“, bis geklärt ist, wann geliefert werden soll. Darüber hinaus soll dies am liebsten in den Abendstunden oder samstags passieren. Also dann, wenn ein Arbeitnehmer zu Hause ist, die Spedition aber eigentlich Feierabend hat.

Mitspracherecht dank B2CLine

Auch in der CargoLine steigt der Anteil an B2C-Sendungen stetig an. Zurzeit liegt er bei rund 15 Prozent. Als eine der ersten Stückgutkooper-

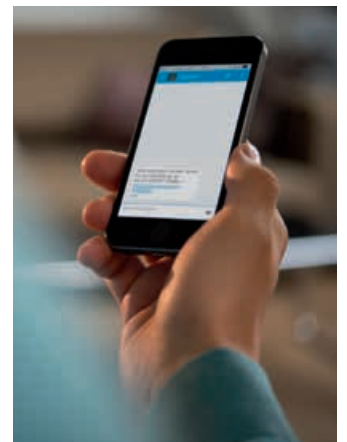
ationen hat sich der Verbund daher intensiv mit der Zustellung an Privatkunden auseinandergesetzt und eine eigene Dienstleistung dafür kreiert: B2CLine. Sie wirkt in beide Richtungen: Der Onlinekäufer hat die Möglichkeit, einen präzisen Zustelltermin zu erhalten, auch als besonderen Service in den Abendstunden. Dem CargoLine-Partner gelingt es, die B2C-Sendung wie jede andere durchzuproduzieren.

Möglich wird dies durch eine Avisierung der Lieferung per E-Mail und/oder SMS, sofern die Handynummer des Empfängers bekannt ist.

Per Avis erfährt der Empfänger, wann die Zustellung geplant ist. Passt ihm einer der drei Terminvorschläge, muss er den bevorzugten nur bestätigen. Möchte er seine Bestellung lieber zu einem anderen Zeitpunkt erhalten, kann er um Rückruf bitten und die Zustellung telefonisch abstimmen. Dadurch wird der Lieferprozess deutlich beschleunigt.

Internetkäufe nehmen weiter zu

„Auch uns erleichtert dieser Ablauf die Arbeit, da wir so Planungssicherheit erhalten. Mehrfachzustellungen entfallen und das Handling einer Sendung wird verschlankt“, erklärt Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung. „Angesichts jüngster Prognosen, die bis 2020 im Bereich E-Commerce für unterschiedlichste Branchen – bis auf Lebensmittel – ein Wachstum von derzeit 12 auf 17,7 Prozent am gesamten Handel prognostizieren, mussten wir unsere Prozesse anpassen.“



Einfache Lieferterminvereinbarung per Smartphone.



Professor Doktor Ingmar Ickerott von der Fachhochschule Osnabrück bestätigt dieses Wachstum. Wie er auf dem alljährlich stattfindenden „Tag der Kontraktlogistik“ der Kooperation ausführte, der kürzlich unter dem Motto „Wie Logistik den Onlinehandel beflügelt“ stattfand, werden zunehmend auch größere und schwere Haushaltsgegenstände, Möbel und DIY-Waren im Internet bestellt. Schon heute gibt jeder Brite durchschnittlich umgerechnet 842 Euro pro Jahr für Onlinekäufe aus, in Deutschland entfallen immerhin bereits jährlich 511 Euro pro Person auf E-Commerce.

Fünf Sterne für den Onlinehändler

Das Avistool, das an das Sendungsverfolgungssystem Cepra 3.0 der Kooperation angedockt ist, vermag aber noch mehr: Ist es in das Shopsystem eines Onlinehändlers integriert, können seine Kunden ihren Wunschzustelltermin bereits bei der Bestellung auswählen und sogar die Abendzustellung vorab buchen. Die Avisierung per SMS oder E-Mail ist in diesem Fall nicht mehr nötig. Ist die bestellte Ware auf Lager, kann der CargoLine-Partner die B2C-Sendung wie jede andere behandeln und so extraschnell zustellen – deutschlandweit zwischen 24 und 48 Stunden nach Eingang der Bestellung. Auch die Buchung besonderer Dienste wie der Transport an die Verwendungsstelle, die Rücknahme der Verpackung und mehr sind mit dem integrierten Avistool möglich.

Hohe Erstzustellrate

Von diesen besonderen Annehmlichkeiten profitiert jedoch nicht nur der Kunde. „Die Erwartungshaltung

unter Konsumenten ist hoch. Ihre Maxime lautet: heute bestellt, morgen gebracht. Ein Onlinehändler, der diesem Anspruch auch entspricht, wenn die gewünschten Waren von einer Spedition transportiert werden müssen, kann bei seinen Kunden beste Bewertungen erzielen und dank ihrer Sichtbarkeit im Internet weitere Kunden gewinnen. Außerdem sinkt die Gefahr von Retouren“, erläutert Struck.

Die Integration des Avistools ist unabhängig vom Shopsystem und der Art der Datenübertragung (DFÜ), egal ob es sich um EDIFACT, ANSI oder andere EDI-Standards handelt. Auch ist es für alle Typen von Programmiersoftware und Schnittstellen geeignet. Alternativ kann der Kunde auf eine verlinkte CargoLine-Seite weitergeleitet werden und dort die Zustellung regeln. In jedem Fall sind Webshopbetreiber und Onlinekäufer in der Lage, dank des Track&Trace-Tools Cepra 3.0 den Verlauf der bestellten Ware durchgängig in Echtzeit im Internet zu verfolgen.

Langfristig plant die Kooperation, auch die Samstagzustellung und einen 8-Uhr-Dienst in den Service zu integrieren. Damit dürften sich Onlinehändler bei der Integration des Avistools in ihren Shop noch weiter von ihren Mitbewerbern differenzieren. Könnte man als Endverbraucher mehr als fünf Sterne vergeben, wäre dies sicherlich ein entsprechender Anlass. <

Vom neuen CargoLine-Service B2CLine profitieren Onlinehändler wie Endverbraucher gleichermaßen.

Gut zu wissen:

Mit B2CLine richtet sich CargoLine speziell an Webshopbetreiber, die Ware in Stückgutgröße an Endverbraucher vertreiben. Herzstück der Dienstleistung ist ein Avistool, das die Zustelloptionen schnell und zeitsparend regelt: Sei es per SMS oder E-Mail, die ein CargoLine-Partner nach Übernahme der Bestellung automatisiert versendet, oder als Teil der Webshop-Software, in die das Avistool unkompliziert und systemunabhängig integriert wird. Basis dieser Avisierungslösung ist die Sendungsverfolgungssoftware Cepra 3.0 der Kooperation.