

„DIE LETZTE MEILE ZÄHLT“

E-Commerce hat die Konsumgesellschaft komplett umgekrempelt – überall und zu jeder Zeit einzukaufen, ist heute Standard. Der Trend stellt innerhalb der Supply Chain vor allem auf der „letzten Meile“, sprich beim Transport bis vor die Haustür des Kunden, eine grosse Herausforderung dar.

Die Menschen werden immer mobiler. Mit anderen Worten: Der Kunde ist überall. Er arbeitet unterwegs oder im Home Office und ist auch zeitlich ungebundener. Als Anbieter gilt es, die Ware also dorthin zu lenken, wo der Kunde sein wird oder seine Artikel hingebacht haben will – und das zur richtigen Zeit. Diese „letzte Meile“ muss flexibler werden.

Dabei geht es nicht primär um Liefergeschwindigkeit, sondern vielmehr um Komfort und Individualität. Eine Zustellung am selben Tag – die sogenannte „Same-Day-Delivery“ – ist nicht unbedingt entscheidend. Vielmehr will der Kunde eine Zustellung an einem Tag, der ihm passt, an einen Ort, der ihm passt. Um diese Flexibilität bei der Zustellung zu ermöglichen, braucht es spezielle Anwendungen. Denn so können Erstzustellquote erhöht und kostspielige Retouren reduziert werden.

Mit „MyDelivery“ kann der Endkunde selbst entscheiden, wann und wo er seine Bestellung erhalten möchte.

So kann dieser beispielsweise bestimmen, ob und in welchem Zeitraum er sein Paket nach Hause geliefert haben möchte. Oder ob er es gar lieber an einer von aktuell über 2000 Abholstationen in Empfang nehmen möchte. Die Integration von Transportnetzen und Abholstellen verschiedener Logistik-Unternehmen ermöglicht eine hohe Flexibilität und Unabhängigkeit. Ausserdem bietet „MyDelivery“ die Möglichkeit, auch eigene POS als Abholstellen zu integrieren.

Für den Bestellenden gestaltet sich das Handling denkbar einfach: Nach Erstellung des Auftrags wählt er die gewünschte Lieferart und wird danach via SMS oder E-Mail über den Status seiner Bestellung informiert. Mit dem benutzerfreundlichen Webtool kann er daraufhin bestimmen, an welchem Tag, zu welcher Uhrzeit und wo

er seine Einkäufe in Empfang nehmen möchte – zu Hause oder an einer nahegelegenen Abholstation wie einer Poststelle, einem SBB-Bahnhof oder einer Tankstelle. Die Order-Tracking Funktion informiert ihn zudem jederzeit über den aktuellen Stand der Lieferung. Sobald das Paket eintrifft, wird der Besteller via SMS benach-



„MyDelivery“ bietet ab sofort mehr Individualität auf der letzten Meile.

richtigt. Je nach Auswahl des Lieferservices können die Lieferpauschalen dann via modernstem Mobile Payment direkt bezahlt werden.

„MyDelivery“ richtet sich nicht nur an E-Commerce Kunden. Es können alle Bestellkanäle integriert werden, egal ob Webshop, Callcenter oder Ladenlokal.

ALSO-Kunden, die den Service integrieren, können somit noch besser auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen.

Der HP Store und Media Markt setzen bereits erfolgreich auf die gezielte Liefersteuerung. Die Lieferprozesse konnten ausgebaut und gleichzeitig vereinfacht werden. Die Prozesskosten sinken dadurch laufend, und den Kunden wird durch mehr Flexibilität und Individualität im Bestellprozess ein neues Einkaufserlebnis geboten.

„MyDelivery“ ist ein innovativer Schritt zu mehr Freiheit und Individualität im E-Commerce. 2]

„Mit ‚MyDelivery‘ konnten wir den qualitativ bereits sehr hochwertigen Logistikprozess im HP Online Store noch weiter optimieren. Mit dem neuen Webtool gehen wir auf die Bedürfnisse unserer mobilen Kunden ein und bieten ihnen mehr Flexibilität und Individualität im Lieferprozess.“

ANDRÉ IHNENFELD

HP Country Shopping Manager
HP Store Switzerland



ZUR PERSON

David Grandjean
ALSO Schweiz AG
Business Development Manager
+41 41 2662310
david.grandjean@also.com

ALSO SCHWEIZ AG

Meierhofstrasse 5
CH-6032 Emmen
www.also.ch

