B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Wie CargoLine die Privatkundenbelieferung handhabt:

Erfahrungen und Pläne

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Situationsanalyse

- Nicht wir treiben, sondern sind Getriebene[1]
  - Wachstum des **gesamten** Einzelhandels 2014:2015: 3,1 %
  - Wachstum des Onlinehandels (ohne Versandhandel): 12 %
  - Wachstum Multichannel: 9 %

⇨ darunter zunehmend Weiße Ware, Gartenmöbel

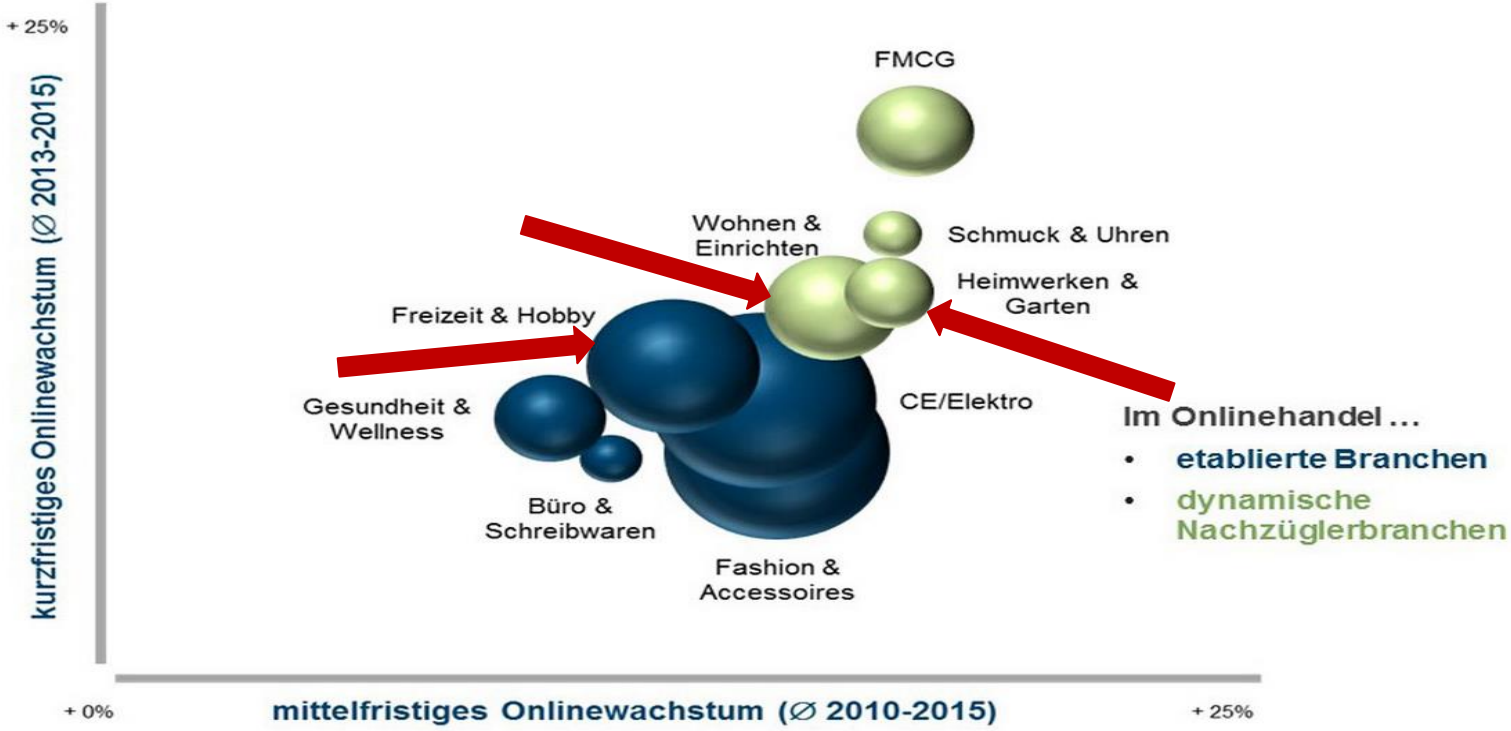
- Anteil im CargoLine-Netzwerk derzeit ca. 11 %

[1]Groß angelegte Verbraucherstudie des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) vom 6. Februar 2016

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Situationsanalyse

Wachstumsdynamik der Sortimentsbereiche im Onlinehandel – CAGR 2010-2015 und 2013-2015



Quelle: IFH Köln, Branchenreport Onlinehandel, 2016

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Situationsanalyse vor ca. drei Jahren

- Herausforderung aus Sicht des Spediteurs: kein „Durchproduzieren“ möglich
  - Umständliches Avisieren per Telefon
    - Mobilnummer nicht immer mitgeliefert, sondern nur Festnetz, aber:
    - Empfänger tagsüber zu Hause oft nicht erreichbar
  - Vergebliche Zustellversuche, weil Avisierungsaussage zu vage war
  - Wunschtermin des Empfängers nicht mit Routenplanung in Einklang zu bringen
  - Häufiges Umdisponieren
  - Lange Verweilzeit der Sendung auf der Halle
  - Ggf. Retoure, weil nicht zustellbar

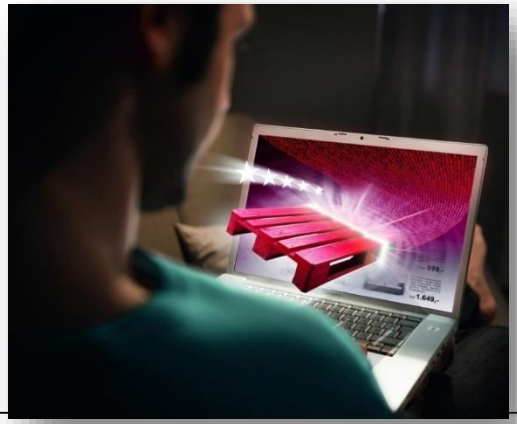
B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

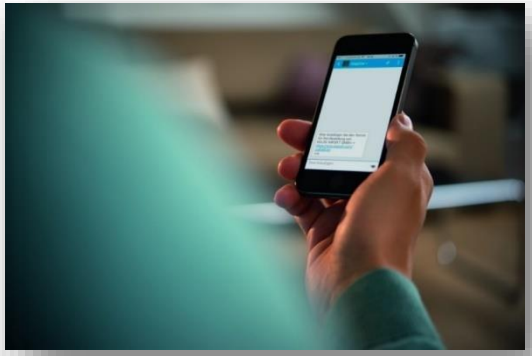
B2C in der CargoLine = B2CLine

- 2014 Konzepte erarbeitet und getestet. Fragestellung: Was ist die Kundenerwartung?
  - Geschwindigkeit, Zeitfenster, Abtragen (auch 2-Mann-Zustellung und mehr), Abendzustellung, Avisierung bzw. Terminvereinbarung ohne Anruf …
  - Kombination mit B2B-Stückgut möglich oder separate Schiene?

⇨ **2015 B2CLine eingeführt**

- Ziel: Die Avisierung von Sendungen an Privatempfänger durch einen definierten Prozess zu vereinheitlichen und damit zu professionalisieren und nachvollziehbar und effizient zu machen





B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

B2CLine: modularer Aufbau

- Modul 1
  - **Automatisierte Avisierung** der Sendung beim Empfangs-kunden (Privatempfänger) nach Eingang beim Empfangspartner. Der Empfangskunde erhält die Möglichkeit, einen Liefertermin aus den angebotenen Alternativen zu wählen – oder einen Rückrufwunsch zu platzieren, falls keines der angebotenen Zeitfenster passt.
- Modul 2
  - Automatisierte Avisierung beim Empfangspartner **am Verladetag** ⇨ Sendung kann bereits am Eingangstag vom Empfangspartner verarbeitet werden ⇨ beschleunigte Zustellung (falls die Avisierung erfolgreich war)
- Modul 3
  - **Integration in den Webshop** ⇨ Empfänger kann den Anliefertermin bereits bei der Bestellung bestimmen und besondere Dienstleistungen auswählen ⇨ schnellere Zustellung, Sonderdienste

B2C im Stüc bilanz

B2CLine: modulare

- Modul 1
  - **Automatisierte** er.
    kunden (Private
    Der Empfangsk
    aus den angeb
    Rückrufwunsch
    Zeitfenster pas

Terminverfügung

Absender:

Empfänger:

Bestellnummer: 18480537
Sendung: 4079-14807263 4905-16620439
gewünschter Liefertermin:
2014-09-10 08:00 - 13:00 Uhr
2014-09-11 08:00 - 13:00 Uhr
2014-09-12 08:00 - 13:00 Uhr
Leider passt kein Termin. Ich bitte um Rückruf.
Freitext:
Test: Original Tel/Mail: /

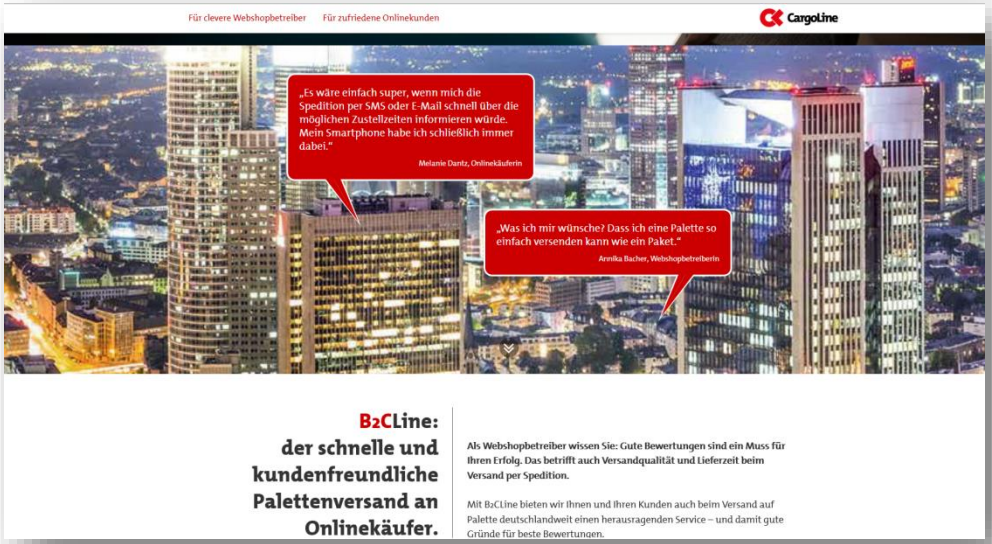
Bitte geben Sie uns für Rückfragen die Telefonnummer und den Ansprechpartner bekannt, den wir während der Geschäftszeiten erreichen können.

Telefon:
Kontaktname:
E-Mail Bestätigung? Ja Nein
E-Mail:
Bestätigen

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Bilanz nach knapp zwei Jahren (1)

- Marketingunterstützung
  - Website www.b2cline.de
  - Flyer
  - Pressemitteilung
  - diverse Artikel in Fachmedien
  - Mailing
  - …….



- Toll, oder?

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Bilanz nach knapp zwei Jahren (2)

- Was haben wie unter- bzw. falsch eingeschätzt:
  - Zu meinen, wir wissen, was der Empfänger toll findet
  - Angst des Versandhändlers vor schlechten Bewertungen im Netz und der Untreue des Onlinekunden
  - Verkauf von Zusatzdienstleistungen (CargoLine hat nicht die Kundenbeziehung)
  - Wenn alles definiert ist, kann i.d.R. die B2C Sendung dennoch nicht im normalen Stückgut mitfahren

Fazit 1: B2C Sendungen haben andere Ansprüche, als eine normale Stückgutsendung!

Fazit 2: Es gibt nicht <u>die</u> B2C Sendung. Auch hier muss differenziert werden (Branchen / Artikel).

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Bilanz nach knapp zwei Jahren (3)

- Aus Sicht CargoLine
  - Erst 32 % der Sendungen können über das Avistool avisiert werden, davon erfolgt bei 31 % eine automatisierte Termin-vergabe/-bestätigung. Rest: klassische telefonische Avisierung. Gründe:
    - Kein oder altes Handy
    - Mobilnummer nicht mitgeliefert (bzw. falsch / Stammdaten)
    - E-Mail nicht gelesen – Mail ist wohl auch nicht das geeignete Medium?
    - Kunde besteht auf Anruf
  - Problematiken „frei Bordsteinkante“ und 2-Mann-Zustellung
  - Störungen im Auslieferungsbetrieb durch mangelndes Equipment der Fahrer
    ⇨ Reklamationen
  - Abendzustellung deutlich weniger nachgefragt als gedacht
  - Retourenthemen unverändert, u.a. nicht in Originalverpackung

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Bei so viel Ernüchterung:
Sind wir Masochisten oder warum tun wir uns das an?

- Die B2C Sendungen sind bereits (umfangreich) im Netzwerk
- Viele von den B2B-Bestandskunden machen zunehmend auch B2C (Multichannel)
- Es entstehen reine B2C-Lieferanten (= Onlinehändler) im Bereich Stückgut und suchen nach Lösungen
- B2C bietet CargoLine Wachstumschancen, gerade in ausgangsschwachen Regionen
- Weitere Änderung der Produktionsprozesse nötig.

  Investitionen u.a. in IT, Equipment, Fahrer, Verkauf erforderlich
- Aber auch Investitionen in Lehr- und „Leergeld“

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Noch mal neu denken

- Was wollen die Kunden unserer Kunden? Und wie kriegen wir das umgesetzt?
  - Zustellung ohne Wenn und Aber zum gewünschten bzw. abgestimmten Zustelltermin und Zustellort?
  - Geschultes und motiviertes Personal mit dem nötigen Equipment?
  - Lieferzeitpunkt wichtiger als Liefergeschwindigkeit?
  - Proaktive Information à la Paketdienst?
  - Finanzielle Schmerzgrenze?
  - Zustellung mit welchen Serviceleistungen?
  - Umweltfreundliche Zustellung?
  - Was kommt noch? Sind die Angebote der Paketdienste ein Indikator?
- Von den Antworten ausgehend, müssen wir die Prozesse rückwärts denken

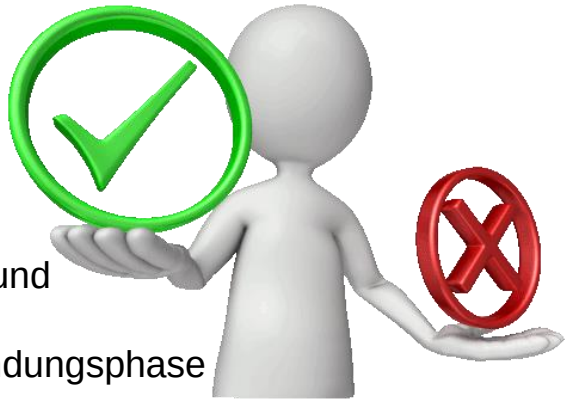
B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Noch mal neu denken

- Aus unserer Sicht
  - B2C ≠ B2C ⇨ separate Abwicklung möglich?
    - B2C-Stückgut, das wie Stückgut durchproduziert werden kann
    - B2C-Stückgut, das gesondert behandelt werden muss
  - Was ist für uns kostendeckend ⇨ Konzentration auf höherwertige Güter?
  - Wie können wir die kritische Masse pro Verteilerstandort erreichen?
  - Bedarf es eines Regelwerkes für die Aufnahme von Kunden?
  - Welche Informationen benötigen wir vom Kunden und vom Endempfänger?
  - Wie bekommen wir Fahrer, die professionell B2C-Stückgut zustellen (und B2B mitmachen können)?
  - Was können wir von heutigen Spezialisten (Home-Delivery oder Paketdiensten) adaptieren?

B2C im Stückgutnetzwerk: eine Zwischenbilanz

Noch mal neu denken



Gesamt-Fazit

- Nicht nur CargoLine, auch die übrigen B2B-Stückgutnetzwerke und -Spediteure befinden sich bzgl. B2C noch vollkommen in der Findungsphase
- Es kann heute niemand wirklich vorhersagen, was in 2-3 Jahren die Anforderungen im B2C-Stückgutmarkt sein werden, u.a. weil durch B2C neue Marktteilnehmer entstehen
- Dennoch lohnt es sich, weiterzumachen. D.h. aber auch
  - viele neue Ideen / Prozesse / Produkte werden eingeführt und später wieder verworfen
  - es muss viel noch ausprobiert werden
  - ständig muss neu gedacht werden – aber immer rückwärts – beginnend bei dem B2C-Empfänger

CargoLine
LogisticsNetwork
Dipl.-Kfm.
Jörn Peter Struck
Geschäftsführer
CargoLine GmbH & Co. KG
CargoLine GmbH & Co. KG | Atricom Bürohaus, Lyoner Str. 15 |
60528 Frankfurt | Tel. +49 69 951550-0 | info@cargoline.de

Vielen Dank für
Ihre Aufmerk-
samkeit!
NOCH
FRAGEN?