



**RHENUS HOME DELIVERY**  
**PROFESSIONELLER  
KOMMUNIKATIONSPROZESS  
SORGT FÜR ZUFRIEDENERE  
KUND\*INNEN**

# MEHR UMSATZ DURCH POSITIVES KUNDENERLEBNIS

**Online-Bestellungen sind oft mit nur wenigen Klicks abgeschlossen. Wenn große und sperrige Waren bei E-Commerce-Händlern gekauft werden, dauert es jedoch, bis die Sendung beim Empfänger eintrifft. Die Zeit zwischen Kauf und Auslieferung macht im Online-Handel dabei den entscheidenden Unterschied. Unser Ziel ist es, die Wartezeit Ihrer Kund\*innen durch eine selbstbestimmte, transparente und verlässliche Kommunikation so angenehm wie möglich zu gestalten.**

Das stetige Marktwachstum der E-Commerce-Branche ist für Einzelhändler nicht neu. So lagen die Wachstumserwartungen des Online-Handels für das Jahr 2020 bei 16,5 Prozent und konnten schließlich sogar noch einmal deutlich übertroffen werden – mit einem Anstieg um rund 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.<sup>1</sup>

Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, die All-Delivery-Wirtschaft stark zu beschleunigen. Dabei ist sich der Handel sehr sicher, dass dies keine vorübergehende Entwicklung ist, sondern das Wachstum langfristig beibehalten werden kann. Denn die Vorteile des elektronischen Einkaufs überzeugten viele neue Online-Shopper\*innen. So plant – Studien zufolge – ein Drittel der Verbraucher\*innen, auch künftig seltener in stationären Geschäften einzukaufen.

## KUNDENLOYALITÄT SINKT DURCH NEGATIVE LIEFERERFAHRUNGEN

Klar ist aber auch: Der allgemeine E-Commerce-Boom wird nicht jeden Online-Händler gleichermaßen positiv treffen. Auch wenn viele Verbraucher\*innen den Online-Einkauf für sich entdeckten, waren die individuellen Einkaufserlebnisse nicht immer positiv. Über 80 Prozent der Kund\*innen berichteten sogar von schlechten Erfahrungen.<sup>2</sup> Während der Pandemie haben sich negative Liefererfahrungen laut einer Umfrage im Auftrag von Metapack vervielfacht.<sup>3</sup> Ein Anstieg, der aufhorchen lässt. Denn mehr als ein Drittel der Verbraucher\*innen würde laut einer Umfrage von RetailX nach negativen Erfahrungen ihren Händler wechseln.<sup>4</sup>

- **78 Prozent der Befragten haben während der Pandemie mehr online eingekauft.<sup>5</sup>**
- **81 Prozent der Verbraucher\*innen berichten von einer negativen Liefererfahrung innerhalb des letzten Jahres.<sup>6</sup>**
- **86 Prozent bewerten die Sendungsverfolgung als Must-have.<sup>7</sup>**

Aus diesem Grund ist eine transparente Kommunikation im Lieferprozess äußerst wichtig. Sie sorgt dafür, dass selbst negative Ereignisse, wie beispielsweise eine Verzögerung bei der Zustellung, vom Kunden wohlwollender aufgenommen werden, da er vorbereitet ist. Eine aktive Kommunikation des Händlers und seiner Dienstleister mit dem Sendungsempfänger ist also verkaufsfördernd.

Wie wichtig die Erfahrung des Empfängers von der Bestellung einer Ware bis zur Lieferung ist, zeigt auch eine aktuelle KPMG-Studie. Sie weist nach: Die Kundenbindung wird erheblich von den Kontaktpunkten entlang der Customer Journey beeinflusst. Mehr noch: Die Erfahrung, die der Kunde gemacht hat, ist sogar viermal wichtiger für die Weiterempfehlung als das Preis-Leistungs-Verhältnis.<sup>8</sup>

<sup>1</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 3, unter: <https://info.metapack.com/rs/700-ZMT-762/images/Ecommerce%20Delivery%20Benchmark%20Report%202021.pdf> (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>2</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 3, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>3</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 5, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>4</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 19, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>5</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 17, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

# POSITIVE EFFEKTE DURCH VERBESSERTE KOMMUNIKATION MIT DEN KUND\*INNEN

In seinem Benchmark-Bericht 2021 zu E-Commerce-Lieferungen stellt das Unternehmen METAPACK fest: „Durch eine bessere Kommunikation mit den Kunden können die Einzelhändler die negativen Auswirkungen von Lieferverzögerungen minimieren und gleichzeitig die von den Kunden gewünschte Transparenz und Unterstützung bieten. Außerdem werden so kostenintensive Kundenkontakte reduziert, die einer Studie zufolge während der Pandemie um 69 Prozent gestiegen sind.“<sup>9</sup>

Definierte Lieferfristen, mehrere Lieferoptionen, eine benutzerfreundliche Sendungsverfolgung und eine bequeme Retourenabwicklung: Nach Einschätzung von Branchenexperten werden diese Faktoren im Jahr 2021 für ein weiteres Wachstum des Online-Handels und die Kundenbindung entscheidend sein.

Mit unserer professionellen Kommunikation im Lieferprozess gelingt es uns, die Vorfreude Ihrer Kund\*innen auf die Lieferung zu bewahren. Gerade dies ist im E-Commerce-Geschäft wertvoll, denn zufriedene Empfänger\*innen empfehlen ihren Online-Händler häufiger weiter und kaufen wieder in seinem Shop ein. Doch welche Touchpoints umfasst eine transparente Kommunikation im Lieferprozess der Rhenus Home Delivery?

## KUNDENFREUNDLICHE LIEFERZEITEN

Damit der Warenempfänger verlässlich planen kann, bieten wir Liefer- und Abholtermine bis zu drei Wochen im Voraus an. Sendungen stellen wir in der Regel montags bis freitags zwischen 07:00 und 18:00 Uhr zu. Einige Regionen beliefern wir zudem samstags sowie montags bis freitags bis 21:00 Uhr.

Darüber hinaus können Sie entscheiden, ob Ihre Endkund\*innen die Möglichkeit erhalten sollen, eine Sendung lieber vormittags oder nachmittags oder sogar in einem Drei-Stunden-Fenster zu empfangen. Am Vortag der Auslieferung grenzen wir für alle Aufträge ab circa 15:00 Uhr den Termin der Zustellung auf ein voraussichtliches Zwei-Stunden-Zeitfenster ein.



<sup>9</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 3, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>7</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 5, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

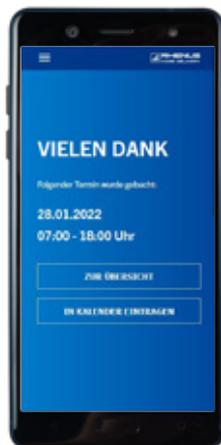
<sup>8</sup>Vgl. KPMG, „Customer Experience Excellence Studie 2021“, unter: [https://hub.kpmg.de/studie-customer-experience-excellence-studie-2021?utm\\_campaign=Customer%20Experience%20Excellence%20Studie%202021&utm\\_source=AEM](https://hub.kpmg.de/studie-customer-experience-excellence-studie-2021?utm_campaign=Customer%20Experience%20Excellence%20Studie%202021&utm_source=AEM) (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>9</sup>METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 19, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

# LIEFERTERMIN FLEXIBEL BUCHEN

Die Avisierung beginnt in der Regel, sobald die bestellte Ware zur Auslieferung bereitsteht. Dann erhält der Kunde von uns eine E-Mail mit einem Link zu unserem Kundenportal [www.rhenusmydelivery.com](http://www.rhenusmydelivery.com). Hier kann der gewünschte Liefertermin bequem ausgewählt werden.

Zudem können weitere Serviceleistungen hinzugebucht werden. Dazu gehören zum Beispiel die Rücknahme und Entsorgung von Verpackungen. Im Kundenportal kann der Empfänger den Status seines Auftrags zudem jederzeit online abrufen.



Reagiert ein Kunde nicht auf die Einladung zur Avisierung, erhält er zunächst eine Erinnerungsmail oder SMS. Empfänger\*innen, die ihren Termin nicht online buchen können oder die nicht auf die Erinnerungs-SMS reagiert haben, ruft Rhenus Home Delivery an. Sobald der Termin online oder telefonisch gebucht ist, bekommt der Kunde automatisch eine Terminbestätigung per E-Mail.

## WISSEN, WO DIE WARE IST: UNSERE SENDUNGSVERFOLGUNG

Nach erfolgreicher Terminvereinbarung bieten wir dem Empfänger an, den Termin in den eigenen Kalender einzutragen. Hier sind neben dem Zeitfenster auch die wichtigsten Auftragsdetails enthalten. Somit erhöhen wir die Wahrscheinlichkeit, dass der Termin berücksichtigt und der Kunde bei der Auslieferung angetroffen wird.

Die Terminbestätigung enthält auch den Link zu unserem Kundenportal, das eine Vielzahl von Informationen bereithält. Hierzu gehören eine Übersicht über die bestellte Ware sowie die professionelle Sendungsverfolgung. Am Liefertag können die Empfänger\*innen den Weg ihrer Sendung live auf einer Karte mitverfolgen. So wissen sie genau, wie viele Stopps das Fahrerteam noch vor der eigenen Zustellung erledigen muss, und erfahren die erwartete Ankunftszeit (ETA), die permanent aktualisiert wird.

Umfragen belegen, dass das Tracken der Ware bis zur Zustellung für eine große Mehrheit der Online-Käufer\*innen als Must-have gilt. Für 86 Prozent der Befragten ist dies wichtig oder sogar sehr wichtig. Beliebtester Informationskanal für Updates im Lieferprozess ist die E-Mail, mit der 61 Prozent informiert werden möchten, gefolgt von einer SMS-Nachricht (17 Prozent).<sup>10</sup> Beide Informationskanäle deckt Rhenus Home Delivery in ihrer Lieferkommunikation ab.

## TELEFONISCHER FAHRERAVIS VOR DER AUSLIEFERUNG

Damit die Empfänger\*innen auch am Liefertag kurzfristig noch etwas erledigen können, kündigen wir die Ankunft 30 bis 60 Minuten vorher per Anruf oder SMS an. Dieser Service wird von Kund\*innen in Bewertungen als besonders hilfreich hervorgehoben: Ein kurzer Besuch beim Bäcker oder das Abholen der Kinder von der Schule ist damit kein Problem.

Nachdem das Lieferteam die Ware zugestellt und alle zugebuchten Leistungen erbracht hat, übermittelt Rhenus Home Delivery dem Empfänger den elektronischen Abliefernachweis, sofern eine E-Mail-Adresse vorliegt. Zum Schutz der Umwelt erfolgt dies komplett papierlos.

<sup>10</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 6, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)

<sup>11</sup>Vgl. METAPACK, „Ecommerce Delivery Benchmark Report 2021“, S. 9, unter: a. a. O. (abgerufen am 18.11.2021)



## NACHHALTIGKEIT GEWINNT AN BEDEUTUNG

Die Bedeutung von klimafreundlichem Handeln spielt eine zunehmende Rolle für viele Konsument\*innen. Fridays for Future und weltweite Klimabewegungen haben dazu geführt, Kund\*innen zu sensibilisieren und Nachhaltigkeit einzufordern. Mehr als ein Fünftel der Befragten aus fünf verschiedenen Ländern – in Deutschland sogar 29 Prozent – sind bereit, für eine nachhaltige Zustellung mehr zu bezahlen.<sup>11</sup>

Auslieferfahrzeuge mit alternativen Antrieben, die Förderung von Elektromobilität, City-Hubs zur Vermeidung von Leerfahrten und die umweltfreundliche Sanierung von Gebäuden können dazu beitragen, das Klima nachhaltig zu schonen. Über die gemeinnützige Stiftung MyClimate bietet Rhenus Home Delivery den Endkund\*innen darüber hinaus die Möglichkeit, den Kohlenstoffdioxidausstoß der Lieferung zu kompensieren.

## UNKOMPLIZIERTE ABHOLUNG VON RETOUREN

Wenn Empfänger\*innen die gelieferte Ware zurückgeben möchte, ist es für sie wichtig, dass die Sendung zeitnah wieder abgeholt wird. Konsument\*innen wünschen sich eine bequeme Retourenabwicklung, bei der sie beispielsweise selbst den Termin für die Abholung auswählen können.

Bei Retouren, die Rhenus Home Delivery für ihre Auftraggeber übernimmt, erfolgt die Terminbuchung und Kommunikation analog zu unserem Lieferprozess über unser Kundenportal, sobald uns der Retourenauftrag übermittelt wurde. Bei Abholung sorgen unsere Mitarbeiter\*innen für die transportsichere Verpackung der Ware.

## MESSBARE KUNDENZUFRIEDENHEIT PER NPS

Das Feedback der Empfänger\*innen ist essenziell, um die eigene Performance zu überprüfen und zu verbessern. Um die Zufriedenheit zu messen, laden wir – das Einverständnis unseres Auftraggebers vorausgesetzt – die Empfänger\*innen bei jeder Lieferung ein, uns zu bewerten. Auf Basis der anonymisiert gespeicherten Bewertungen erheben wir den Net Promoter Score (NPS) und messen damit die Bereitschaft, unsere Dienstleistungen weiterzuempfehlen.

Mit den Erkenntnissen aus der Befragung zum Net Promoter Score können wir auch Rückschlüsse auf Einflussfaktoren ziehen, die die Bewertung positiv oder negativ beeinflussen. Anhand der Auswertungen leiten wir wirksame Maßnahmen ein und erreichen damit nachweislich eine Steigerung der Kundenzufriedenheit.

**SIE MÖCHTEN MEHR DARÜBER ERFAHREN, WIE WIR AUCH IHREN EMPFÄNGER\*INNEN EIN POSITIVES LIEFERERLEBNIS BIETEN KÖNNEN? SPRECHEN SIE UNS AN ODER SCHREIBEN SIE UNS!**

Rhenus Home Delivery GmbH  
Industriestraße 12-14 | 15366 Hoppegarten



Hier können Sie uns direkt kontaktieren!

■ Weitere Informationen zu unseren Leistungen rund um die Avisierung im 2-Mann-Handling erhalten Sie hier:

■ [rhenus.group/avisierung](https://rhenus.group/avisierung)