



Mit Vorbereitung fit ins neue Jahr starten!

foodspring und Seven Senders zeigen, wie Peak-Zeiten bestmöglich gemeistert werden

Berlin, 15. Januar 2021 – Neues Jahr, neue Vorsätze: Laut einer aktuellen [Befragung](#) von YouGov wollen sich ein Drittel der Deutschen im neuen Jahr vor allem gesünder ernähren und mehr Sport treiben. Auch die Corona-Pandemie hat bei vielen dafür gesorgt, sich mit dem eigenen Essverhalten kritisch auseinanderzusetzen: Weniger Fleisch oder Süßigkeiten, mehr Selbstgekochtes und hochwertige Zutaten. Dem [Ernährungsreport](#) des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zufolge, kochen 30 Prozent der Befragten in der Corona-Krise häufiger als zuvor selbst zubereitete Speisen. Hersteller von gesunden Lebens- und Nahrungsergänzungsmitteln erfreuen sich bei diesem Trend ebenfalls großer Beliebtheit. Eine deutliche Zunahme der Online-Käufe konnte auch [foodspring](#), Anbieter von Fitness- und Nahrungsergänzungsmitteln, verzeichnen. Wie Online-Händler derartige Peak-Zeiten mithilfe von Logistik-Support und IT-gestützter Datenanalyse bestmöglich meistern, hat foodspring gemeinsam mit den Delivery-Experten von [Seven Senders](#) zusammengefasst.

Ein Ansprechpartner statt vieler verschiedener Kontakte

Die Logistik-Dienstleistungen und das Monitoring gut aufeinander abzustimmen ist ein zentraler Punkt für Online-Händler. Arbeiten diese in verschiedenen Ländern mit mehreren Logistik-Partnern zusammen, können Zeit- und Arbeitsaufwand sehr schnell ansteigen. Abhilfe schafft ein zentraler Ansprechpartner, der alle Carrier koordiniert sowie ein übersichtliches Dashboard, das alle wichtigen Informationen und Performance-Daten zusammenfasst. Durch das Monitoring von Shipments sind Probleme schnell analysierbar, was vor allem in Peak-Zeiten sehr hilfreich ist. foodspring arbeitet seit 2016 gemeinsam mit Seven Senders daran, Liefer- und Customer Experience kontinuierlich zu verbessern. Der Fitness-Food-Händler nutzt sowohl das Carrier-Netzwerk von Seven Senders für den internationalen Versand als auch den Analytics Service und hat damit schnellen Zugriff auf alle relevanten Daten.

Automatische Analysen statt manueller Abläufe

Insbesondere in Peak-Zeiten ist es Kunden noch wichtiger, ihre Bestellungen rechtzeitig zu erhalten und jederzeit einen Überblick zum aktuellen Status ihrer Bestellung zu bekommen. Dies setzt jedoch voraus, dass Versandhändler umfangreiche Analyse-Unterstützung unterhalten, die im Hintergrund den kompletten Versandverlauf trackt. Individualisierungsmöglichkeiten eines übersichtlichen Analyse-Dashboards helfen zudem dabei proaktiv in den Prozess einzugreifen, Kunden zu informieren, bevor sie unruhig werden und den Kundenservice zu kontaktieren. Sollten Kunden dennoch Ware reklamieren, ist ein Tool Claim Center von Vorteil: Kunden haben hiermit die Möglichkeit, verlorene oder beschädigte Ware zu reklamieren.



Flexibilität bei der Carrier-Auswahl

Händler können flexibler agieren, wenn sie die Möglichkeit haben, zwischen verschiedenen Zustellern auszuwählen und nicht an einen Carrier gebunden sind. Dies ist insbesondere dann von Vorteil, wenn Hubs schließen oder Carrier nicht mehr zustellen können, wie beispielsweise die Französische Post, die ihren Betrieb infolge der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 einstellen musste. Hierbei ist es von Vorteil, wenn Online-Händler einen Partner haben, der ihnen Zugriff auf ein großes Netzwerk an Carriern ermöglicht. Somit können sie bei Bedarf den Carrier innerhalb kürzester Zeit wechseln und ermöglichen dem Kunden weiterhin einen zuverlässigen Versand. Dies ist im Normalfall mit viel Aufwand verbunden.

Aus den Daten vergangener Peaks lernen

Vor dem Peak ist nach dem Peak. Online-Händler sollten sich diese Floskel zu Herzen nehmen und die gewonnenen Erfahrungen in diesem Jahr strategisch einsetzen. Vorangegangene Peak-Zeiten dienen dabei als Learning für die nächste Hochphase. So hatte beispielsweise foodspring zu Beginn des Jahres 2020, bedingt durch die Corona-Pandemie, eine drei- bis vierfache Menge an Bestellungen. Mithilfe des Analytics-Portals von Seven Senders konnten sie zudem das Monitoring von Auftragsübertragungen und Shipments verbessern sowie Kundenservice- und Kommunikationsstrategien anhand konkreter Daten überarbeiten, um so Mitarbeiter im Kundenservice zu entlasten.

Erhöhtes Retourenaufkommen

Rücksendungen gehören zu den größten Herausforderungen im E-Commerce. Bedingt durch die steigende Nachfrage, werden Online-Händler derzeit mit noch höherem Retourenaufkommen konfrontiert. Laut der [Händlerbund Logistik-Studie](#) kommt es bei 59 Prozent der Händler sogar vor, dass sie aufgrund von Retouren ein Minusgeschäft verzeichnen. Dies liegt unter anderem daran, dass die Ware beschädigt ist und sie somit zu einem günstigeren Preis als B-Ware weiterverkauft wird. Umso wichtiger ist es, dass Online-Händler den Rücksendeprozess so einfach wie möglich gestalten. Effizienter Kundenservice stärkt die Bindung und steigert die Wiederkehrtrate zum Online-Shop. Ein Retourenportal, das den Zugang zu allen relevanten Informationen rund um den Rückversand bündelt, kann hier sinnvoll unterstützen.

„Unter den aktuellen Umständen ist es wichtig, dass Händler gut vorbereitet sind und sich auf mögliche Versand-Schwierigkeiten einstellen können. Denn gerade jetzt wird die Logistik auf die Probe gestellt. Nur die Online-Händler, denen es gelingt, mit einem nahtlosen und transparenten Shopping- und Liefererlebnis zu begeistern, werden Kunden binden und ihren Erfolg stärken“, sagt Dr. Johannes Plehn, Gründer und Geschäftsführer von Seven Senders. „Dabei ist es von entscheidendem Vorteil, einen verlässlichen Versandpartner zu haben. Wir stellen sicher, dass unsere Kunden immer den gesamten Überblick über ihre Prozesse haben und proaktiv und flexibel auf kurzfristige Änderungen reagieren können.“



Über foodspring

foodspring ist eine der führenden und am schnellsten wachsenden Premiummarken für funktionelle Lebensmittel. Als Vorreiter von zielgerichteter Ernährung für jedermann bietet foodspring Lebensmittel, die der Schlüssel zu einem fitteren, glücklicheren und produktiveren Leben sind: für einen stärkeren Körper, eine gesteigerte mentale Leistungsfähigkeit und ein ausgeglicheneres Leben. Hochwertige Zutaten, guter Geschmack und Convenience gehen Hand in Hand mit der kundenorientierten Philosophie von foodspring. Das Sortiment besteht aus Proteinen, Snacks und Riegeln, Nahrungsergänzungsmitteln, Backmischungen, Müsli und Porridge sowie einer Reihe von Getränken. Auf seiner Website bietet foodspring Fitness- und Ernährungspläne sowie Rezepte für einen gesunden Lebensstil. Das Berliner Unternehmen wurde 2013 von Tobias Schüle und Philipp Schrempf mit ihrem Investor ECONA AG gegründet. Heute hat foodspring ein internationales Team mit 130 Mitarbeitern, ist in sechs europäischen Ländern vertreten und liefert seine Premiumprodukte in acht weitere Länder. www.foodspring.com

Über SEVEN SENDERS

SEVEN SENDERS ist die führende Delivery-Plattform für den Paketversand. Das Unternehmen verbindet Versender mit seinem Carrier-Netzwerk aus über 100 Paketzustellern in Europa, und ermöglicht so exzellenten, lokalen Versand als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Mit zusätzlichen Versandservices, wie Claims Center, Versicherung, Retourenportal und Labels, macht SEVEN SENDERS den internationalen Versand zur einfachen Sache. Automatisierte Versandbenachrichtigungen, Tracking- und Monitoringlösungen sorgen für einen transparenten Versandprozess. Monatliche Reports und Analysen ermöglichen die datenbasierte Optimierung der internationalen Versandperformance. Versender erhalten alles aus einer Hand und reduzieren Komplexität. www.sevensenders.com.

Unternehmenskontakt

Sandra Maeder
Head of Marketing and Communication
Seven Senders GmbH
Schwedter Str. 36 A
10345 Berlin
+49 (0) 151 68 918 800
s.maeder@sevensenders.com

Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH
Charlotte Müller
Johannstr. 1
40476 Düsseldorf
+49 (0) 211 882 476 49
sevensenders@teamlewis.com