



Welche Ansprüche haben Kunden heute an das Einkaufen, was erwarten sie im Bereich Service? Die Diskussionen um positive Kundenerfahrungen sind meist endlos und führen zu vielen, oft unterschiedlichen Meinungen darüber, was Qualitätsservice heutzutage ausmacht. Da Kunden jedoch letztlich diejenigen sind, die Services in Anspruch nehmen und dafür bezahlen, sind sie zugleich auch diejenigen, die Qualität und Service definieren. Händler und Service-Anbieter gleichermaßen sollten den Präferenzen ihrer Kunden stets auf der Spur oder sogar einen Schritt voraus sein, um ihnen gerecht zu werden. Gerade im Bereich Logistik wandeln sich die Kundenwünsche gerade im Gleichschritt mit der Digitalisierung und dem Wachstum des mobilen Bereiches. Kunden das Einkaufen so angenehm und einfach wie möglich zu machen und selber flexibel zu werden wird zur obersten Händlerpflicht.

Kunden wollen einfach, stressfrei und spontan einkaufen

Was will der Kunde von heute und was ist ausschlaggebend dafür, dass er sein

Einkaufserlebnis positiv bewertet? Eines ist klar: Kunden wünschen sich, dass der Einkauf einfach, flexibel und am besten nebenbei erledigt werden kann. Das Einkaufengehen soll sich an den Alltag und die Lebensweise des Kunden anpassen und nicht umgekehrt. Der beste Beleg dafür ist, dass der E-Commerce boomt, denn hier ist genau das möglich. Die Nutzerfreundlichkeit und Usability wird immer weiter optimiert, sodass der Einkauf zu einem angenehmen, stressfreien Erlebnis für den Kunden wird: Dank Kaufen-Buttons, gemerkten Zahlungsdetails, intelligenten Warenkörben und personalisierten Re-Engagement-Techniken.

Mehr Service dank Same Day Delivery

Der Knackpunkt im Kaufprozess ist oft jedoch noch die Lieferung, da klassische Lieferoptionen die Erwartungen der Kunden an einen einfachen Einkaufsprozess nicht erfüllen: In einer immer schneller werdenden Welt wollen Kunden auch ihre Bestellung so schnell wie möglich in Empfang nehmen oder selbst entscheiden, wann ihnen die Zustellung am besten in ihren Tag passt. „Same Day Delivery“ heißt hier das Zauberwort, also die taggleiche Lieferung oder die Lieferung zum Wunschtermin online und offline gekaufter Waren.

Der Wunsch nach einer flexiblen Lieferung gilt nicht nur im Bereich des Onlineshoppings, sondern auch für den stationären Handel: Tüten schleppen, Parkplatz suchen, den Einkauf nach Hause fahren, das alles war gestern; Kunden wollen Ihre Freizeit oft viel lieber für Familie und Hobbies nutzen. Und falls sie ihre Zeit doch für den Einkauf aufwenden, dann möchten sie auch beim Shopping in der Innenstadt die Möglichkeit haben, sich große Einkäufe oder sperrige Gegenstände noch am selben Tag oder Wunschtermin nach Hause zu ordern. Zudem sind sie zunehmend nicht bereit für beispielsweise eine andere Farbe oder Größe eines Kleidungsstücks zur nächsten Filiale zu fahren oder für eine Nachbestellung zum Geschäft zurückzukehren. Stationäre Händler eröffnen sich mit der Nachlieferung zum Wunschtermin oder gleichen Tag die Chance, nicht noch mehr Kunden in den E-Commerce abwandern zu lassen.

Dass der stationäre Handel einige entscheidende Vorteile gegenüber dem Onlineshopping hat – etwa das haptische Erleben im Laden, der Kundenservice vor Ort, das Einkaufserlebnis

mit Freunden oder Familie –, ist unbestritten. Genauso klar ist aber auch, dass sich die Händler im Wettbewerb mit dem E-Commerce nicht länger auf diesen wenigen Vorteilen ausruhen können, während diverse Online-Händler gerade mit Hochdruck lokale Services etablieren. Stattdessen heißt es: Kundenbedürfnisse erkennen, Services weiterentwickeln und schnell Maßnahmen ergreifen.

Denn wenn Kunden ihre Wünsche an einen guten Qualitätsservice – und dazu gehört für sie heute auch die Lieferung am gleichen Tag zur Wunschzeit – erfüllt sehen, dann sind sie zufrieden und kommen wieder.



Unser Gastautor Franz-Joseph „FJ“ Miller,

Mitgründer und Chairman of the Board Liefery

Franz-Joseph „FJ“ Miller ist Mitgründer und Chairman of the Board der Technologie- und Service-Plattform für Same Day Delivery Liefery. 2001 gründete er außerdem die time:matters Gruppe als Spin-Off der Lufthansa, einem führenden Anbieter für Express- und Notfall-Logistik, welche er bis heute als CEO führt. Der studierte Jurist blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung in Service- und Logistik-Unternehmen zurück.