

[Distributionslogistik](#) > Vom Kundenservice zum Omni-Channel-Geschäftsmodell

Lieferdienste

Vom Kundenservice zum Omni-Channel-Geschäftsmodell

**Firmen
zum
Thema**

DSR Deutsche Retail Services AG

07.12.2021 | Von Günther Glogger

Was soll wann und wie wo hin? Um diese Kernfragen drehen sich die Geschäftsmodelle von Lieferdiensten, sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich. Doch die Tücke steckt im Detail: Um ein reibungsloses Zusammenspiel aller einzelnen Workflow-Module von der Bestellung bis zur Auslieferung zu gewährleisten, ist die Koordination dieser komplexen Prozesse von strategischer Bedeutung. Durch mobile Applikationen werden die gesamten Abläufe der Logistik und Belieferung digitalisiert und transparent. Das spart Zeit und stärkt durch ein Plus an Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit die Kundenbindung.



Im Lieferservice ist Transparenz Trumpf. Transparente digitale Prozesse stärken dabei die Kundenbindung.
(Bild: DRS)

Lieferdienste haben Tradition – egal, ob für den häuslichen Bereich oder im Rahmen üblicher Geschäftstätigkeit zwischen Unternehmen zur Anlieferung bestellter Ware. Durch die Coronapandemie hat das Thema Lieferservice zusätzlich an Bedeutung gewonnen. Die Abläufe sind dabei im Grunde immer gleich: Eine Kundenbestellung löst eine Art Kettenreaktion beim Händler aus – Organisation, Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung müssen jetzt möglichst reibungslos ineinandergreifen.

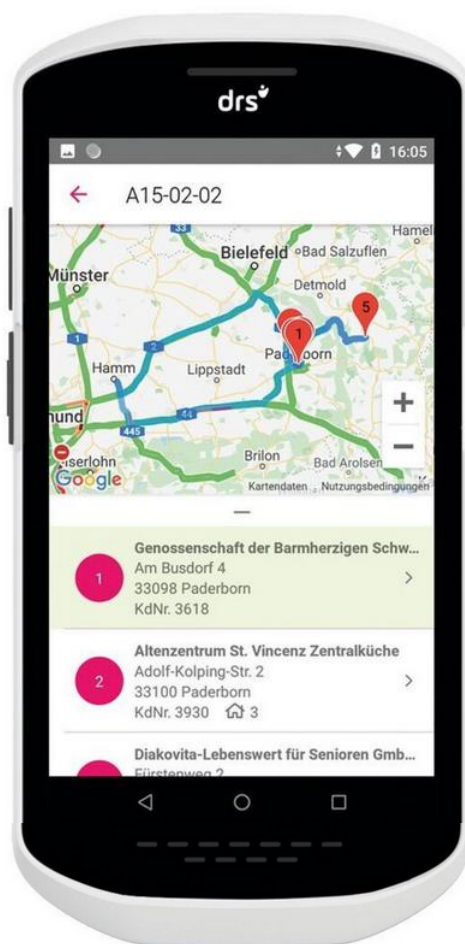
Ware, Fahrzeuge, Fahrer, Strecken, Termine sowie die Bestell- und Abrechnungsmodalitäten funktionieren dann am besten, wenn sie gut aufeinander abgestimmt und aufeinander eingespielt sind. Kommt es innerhalb dieser Kette an irgendeiner Stelle zu Komplikationen und Verzögerungen, bedeutet das oft aufwendige sowie zeitraubende und kostspielige Mehrarbeit.

Fehlerquellen gibt es viele: Schon beim [Kommissionieren](#) und Verladen der Ware kann etwas schief gehen, geplante Touren müssen möglicherweise sehr kurzfristig abgeändert werden und beim Ausliefern kann es zu Rückgaben beispielsweise aufgrund von Transportschäden kommen. Das bedeutet jedes Mal eine Unterbrechung in der Lieferkette,

die viel Aufwand verursacht. Die Fahrer müssen möglicherweise in der Zentrale nachfragen, was den Kommunikationsbedarf erhöht; und für die Organisation der neuen Abwicklung werden plötzlich ungeplant verschiedenste Ressourcen wie Zeit oder Personal benötigt.

Zuverlässigkeit sichert das Vertrauen der Kunden

Rationelles Arbeiten ist deswegen gerade beim Lieferservice besonders wichtig. Es spart nicht nur Zeit und Kosten, sondern sichert am Ende durch Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit das so wichtige Vertrauen der Kunden. Unterstützung bieten hier digitale Software-Lösungen, die alle Prozesse miteinander verzahnen und schnell auf kurzfristige Veränderungen reagieren können. Gerade in der Belieferung im B2B-Umfeld kommt es auf ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit und Lieferqualität an. Deswegen ist es hier besonders wichtig, dass die Fahrer jederzeit vollen Zugriff auf die Informationen zu ihren Touren und Abladeprozessen haben. Durch eine direkte, digitale Verbindung zwischen Fahrer und Zentrale hat die Logistikleitung stets den kompletten Überblick über das aktuelle Tourgeschehen. Gleichzeitig können alle relevanten Daten automatisch dokumentiert und mit dem [ERP](#)-System synchronisiert werden.



Hilfreich ist beispielsweise eine Google-Maps-gestützte Zusammenstellung der Liefertouren und deren kurzfristige Optimierung.

(Bild: DRS)

Eine scannergestützte und workflowbasierte Führung des Fahrers unterstützt diesen beim Abladen. Bei Ausfällen ist unkompliziert und schnell eine zentrale Planung möglich. Die Fehlerquote bei der Auslieferung kann durch den Einsatz entsprechender Programme erheblich minimiert werden. Aktuelle Software kann außerdem gleich einen digitalen Lieferschein, auch per Mail, erstellen und Retouren (beispielsweise bei Pfand, Schäden oder Reklamationen) lassen sich schnell erfassen sowie Zeiten dokumentieren. Der digitale Lieferservice reduziert mit der entsprechenden Software nicht nur den Papierverbrauch – vielmehr herrscht in der Zentrale über ein Tour-Dashboard zu jeder Zeit komplette Transparenz über das Geschehen. Gleichzeitig fällt im Backoffice die aufwendige manuelle Nachbearbeitung der Touren weg.

Prozesskosten im Griff behalten

Auch im Einzelhandel wird bei der Lieferung an den Endkunden von diesem ein Höchstmaß an Kundenorientierung und Schnelligkeit vorausgesetzt. Kunden erwarten bei einer Lieferung den gleichen Servicegrad wie bei einem Kauf in der Filiale. Für den Händler bedeutet dies,

Kommissionierung und Belieferung so effizient wie möglich zu gestalten, um die Prozesskosten im Griff zu behalten. Auch hier helfen vollständig digitalisierte Prozesse. Nach der Bestellannahme im Webshop oder per Telefon kann eine scanner- oder bildgestützte Kommissionierung aus Filiale oder Lager stattfinden, danach eine beispielsweise Google-Maps-gestützte Zusammenstellung der Touren sowie kurzfristige Touroptimierungen. Kassiert werden kann, dank digitaler Tools, gleich an der Haustür, wo auch Retouren und Reklamationen sofort erfasst werden können. Für Abrechnung und Tagesabschluss ist kein Sonderweg mehr nötig, sondern sie lassen sich mit den entsprechenden Digitalmodulen wie in einer Filiale erledigen.

Fazit

Nicht zuletzt durch die Coronapandemie sind die Erwartungen und Anforderungen an Lieferdienste gestiegen. Unternehmen, die ihren Lieferservice digitalisieren, können bei entsprechendem Softwareeinsatz alle Prozesse synchronisieren, flexibel steuern und automatisiert abwickeln. Sie haben jederzeit völlige Transparenz über alle einzelnen Schritte. Das spart Zeit und Geld und sichert die Zufriedenheit der Kunden. ■

* Günther Glogger ist Leiter Entwicklung bei der DRS AG in 89073 Ulm, Tel. +49 731 979220220, info@drs-ag.de