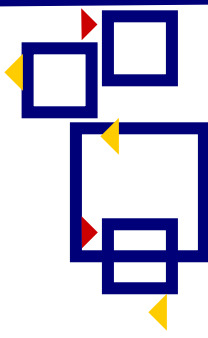


Trends bei der Zustellung

Zeitfenster



le.os!



Leichter
einkaufen
Ohne
Stress

leos!
CASH ON HAND

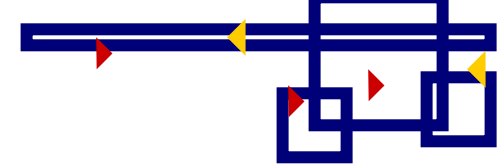
160

Vorteile für den Endkunden

Internet / Direktvertrieb wird wieder persönlich

- ▶ Erklärung und Einweisung direkt bei der Anlieferung bei sog. „not-easy-to-use“ Produkten
- ▶ Bei Bedarf nimmt der *le-os!* Mitarbeiter auch die Installation des Gerätes vor





V

orteile für den Dienstleister



Dienstleister..

- ▶ können sich auf ihre Kernkompetenzen, ihre Produkte, konzentrieren
- ▶ bieten ihren Kunden Top-Service
- ▶ bieten ihren Kunden ein wahres Unterscheidungsmerkmal gegenüber anderen Anbietern
- ▶ sind unabhängig vom Handel



le-os! – Die letzte Meile zum Kunden

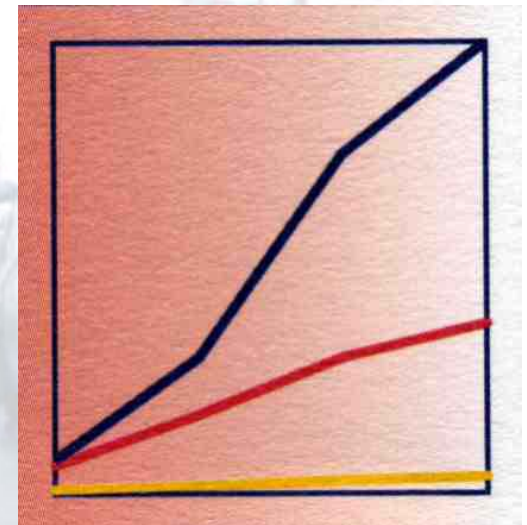


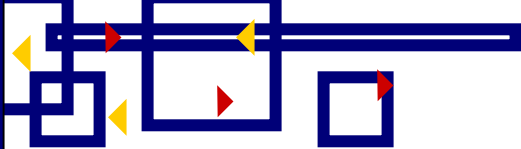
stellt sich vor:

Grundidee: 01/1998
 Fertigstellung: Februar 2000

»le.os« - auf der ganzen Linie erfolgreich

	Stationen	Zusteller	Sendungen
März 2000	38	250	Pro Tag 300
Juni 2000	75	700	Pro Tag 1200
Dezember 2000	120	1200	Pro Tag 3000
Dezember 2001	150	1500	Pro Tag 4000
Juni 2002	150	1500	Pro Tag 5000





le.os!  **hat sich beispielsweise bewährt bei:**

- ▶ Direktkundenvertrieb
- ▶ Online Broker (Consors)
- ▶ Stromvertrieb (Yello)
- ▶ Austauschservice (E-Plus)
- ▶ Technikerservice (DSL, ISDN)

le.os!



Die letzte Meile zum Kunden!

W arum Erfolg nur mit Zustellzeitfenstern?

Ist es überhaupt notwendig, Zustellungen in Zeitfenstern durchzuführen?

- ▶ Private Endkunden (insbesondere hoher Singlebereich) sind nicht gewillt, ganztägig zuhause zu bleiben.

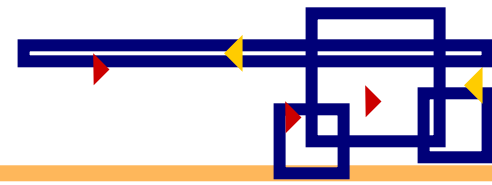
Die Abholung von postlagernden Sendungen ist unkomfortabel und führt daher zu hohen Retouren.



Will der Kunde Zeitfensterzustellungen?

- ▶ Der Kunde will insbesondere am Samstagmorgen Zeitfensterzustellungen.

Natürlich auch wochentags bei Drittadressen. Das enge Zeitfenster reduziert die Notwendigkeit seiner Anwesenheit auf ein Mindestmaß und wird als kundenfreundlich empfunden.



Will er die Zeitfenster-Zustellungen auch bezahlen?

- ▶ Hier ist eine Bereitschaft zu einem Kostenbeitrag festzustellen, der jedoch nicht kostendeckend ist.

Zeitfensterzustellung muss sich über die höheren Responswerte rechnen.



Wie verändert sich der generell?

Markt

- ▶ Nach dem großen E-Commerce-Hype und der Katerstimmung nach dem Zusammenbruch des Neuen Marktes wachsen Old Economy und New Economy vernünftig zusammen.

Neben dem Vertrieb um stationären Handel ist es ein Muss, auch über Direktvertriebsinstrumente mit dem Kunden in Kontakt zu treten (Fernsehwerbung, Print-Response, Call-Center, Internet).

Herausforderung:

Der Zustellfahrer, der in dem Zeitfenster die Dienstleistung erbringt, muss differenziertes Know-How in sich bündeln, weil er letztlich die Leistungskette komplettiert und die Visitenkarte des Produkts ist.

Daher ist ein guter Ausbildungsstand über permanente Schulung dringend notwendig.

Fahrer der Zukunft:

- ▶ muss gewillt sein, sich permanent zu bilden
- ▶ muss sich mit der Technologie auseinandersetzen (Handys, Notebook etc.)
- ▶ muss flexibel auf Veränderungen reagieren können
- ▶ muss physisch und psychisch gefestigt sein, um Probleme beim Privatkunden vor Ort lösen zu können