

COVID-19 Action-Guide

5 Tipps, wie Sie den aktuellen Herausforderungen
in Ihrem E-Commerce-Geschäft begegnen



Was können Sie jetzt tun, um den Herausforderungen von COVID-19 zu begegnen?

COVID-19 verändert die Art und Weise wie Online-Handel und Läger funktionieren. Wir haben viele Fragen unserer Kunden erhalten, die wissen möchten, wie sie die negativen Auswirkungen der Corona-Krise auf Betrieb, Mitarbeiter, Kunden und Spediteure reduzieren können. In diesem Action-Guide zeigen wir Ihnen 6 Tipps, wie Sie die Sicherheit Ihrer Mitarbeiter gewährleisten und Ihr Business schnell an die sich ändernde Nachfrage anpassen können, ohne dabei die Kosten in die Höhe zu treiben.

1. Social Distancing in Ihrem Lager

Die Sicherheit der Mitarbeiter hat bei der Bewältigung einer Krise immer Priorität. Die Automatisierung der Lagerprozesse ermöglicht nicht nur die Einhaltung der erforderlichen Sicherheitsabstände, sondern führt auch zu einer grundsätzlich effizienteren Arbeitsweise im Unternehmen.

Besonders bewährt haben sich hierbei folgende Punkte:

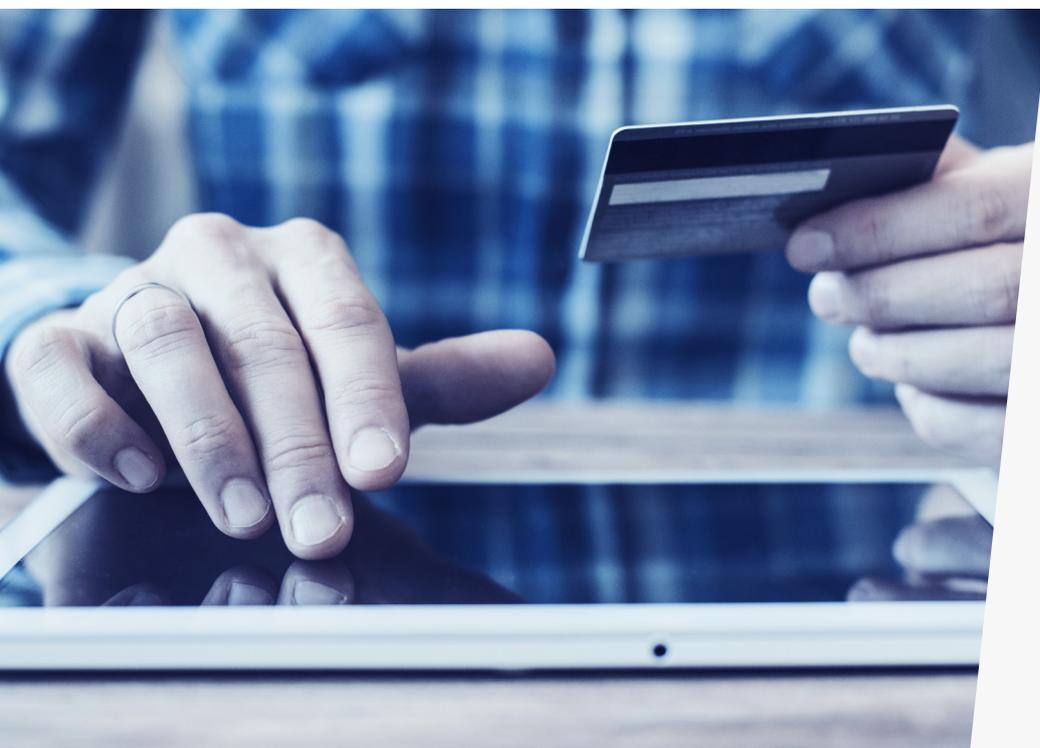
- **Papierloses Arbeiten:** Die Digitalisierung sämtlicher Prozesse im Lager vom Wareneingang über Einlagerung der Artikel, Kommissionierung, Verpackung und Versand bis hin zur Nutzung mobiler Anwendungen sind ein effizienter Weg, um persönlichen Kontakt und damit ein Übertragungsrisiko zu mindern. Ein papierloses Büro ermöglicht es Unternehmen außerdem, den Bestand genau zu verfolgen, Zugriff auf Echtzeitdaten zu haben und die Produktivität zu steigern.
- **Nutzung persönlicher mobiler Geräte:** Die Nutzung des eigenen Smartphones eines Mitarbeiters im Lager durch den Einsatz einfach herunterladbarer Warehouse Management System (WMS)-Anwendungen könnte dazu beitragen, die Ausbreitung von Krankheiten zu verhindern. Die Mitarbeiter melden sich mit ihrem eigenen Gerät an, anstatt gemeinsam genutzte Geräte zur mobilen Datenerfassung (MDEs) zu desinfizieren. Die Verwendung des eigenen Smartphones eines Mitarbeiters ist einfach, skalierbar und schnell umsetzbar.



- **Implementierung bewährter Vorgehensweisen:** Die WHO empfiehlt, hochfrequentierte Oberflächen täglich zu reinigen und folgende Prozesse einzuführen, um das Übertragungsrisiko zu minimieren:
 - Strategische Personaleinsatzplanung, um die Anzahl an Mitarbeitern pro Schicht so gering wie möglich zu halten
 - Platzierung der Versandstationen mit einem Abstand von 2-3 Armlängen
 - Anbringen von Abstandsmarkierungen, z. B. mit Klebeband, auf dem Boden des Versandbereichs
 - Reorganisation der Eingangs-, Einlagerungs- und Ausgangsprozesse, um engen Kontakt zu vermeiden
 - Häufiges Händewaschen für mind. 20 Sekunden mit Wasser und Seife
 - Bereitstellung von Schutzausrüstung für die Mitarbeiter, wie etwa Atemschutzmasken oder Desinfektionsmittel

2. Setzen Sie auf transparente Prozesse und Echtzeit Datenaustausch

Um stets ein außergewöhnliches Kundenerlebnis zu bieten, ist transparente Kommunikation auch bei verspäteten Lieferungen ein Muss. Jegliche Verzögerungen sollten dem Kunden sofort und möglichst ohne manuellen Aufwand mitgeteilt werden. Automatisierte Benachrichtigungen über Änderungen am Status der Bestellung oder Versandbestätigungen sollten stets in Echtzeit generiert werden, um die tatsächliche Verfügbarkeit bzw. die zu erwartende Zustellzeit zu reflektieren. Bewährt hat sich hierbei auch, längere Lieferzeiten bereits vor der Bestellung auf der Website zu kommunizieren.



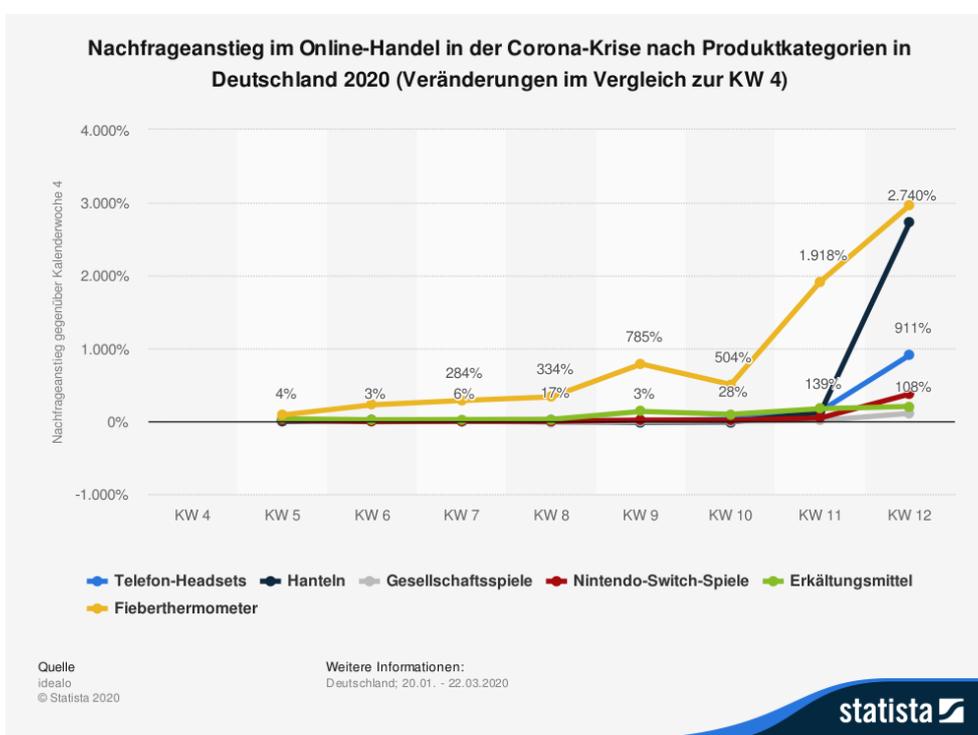
Laut Destatis hat im März der Umsatz im Internet- und Versandhandel gegenüber dem Vorjahr um 13,4 % (real, preisbereinigt) zugenommen.

www.destatis.de

Durch den Einsatz scanbasierter Tracking-Lösungen können zu jeder Zeit Statusänderungen während der Zustellung an den Kunden kommuniziert werden. Diese automatischen Aktualisierungen können die Anzahl der telefonischen Anfragen beim Kundenservice zum Thema „Wo ist meine Bestellung?“ deutlich reduzieren. Bewährt hat sich zudem auch die Benachrichtigung des Kunden per E-Mail, wenn die Sendung zugestellt worden ist. Diese kontinuierliche Kommunikation kann dazu beitragen, langfristig das Vertrauen und die Loyalität der Kunden zu sichern.

3. Stark nachgefragte Artikel effizient picken und schnell versenden

Aufgrund der aktuellen Situation erleben viele E-Commerce-Händler eine erhöhte Nachfrage nach ehemals weniger beliebten Artikeln oder führen Verkaufsaktionen für unterschiedliche sich im Lager befindliche Produktsortimente durch.



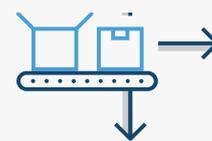
Gleichzeitig ist der Personalbedarf zur Bewältigung des gestiegenen Bestellaufkommens eine Herausforderung. Online-Händler können ihre Effizienz in puncto Sortimentsauswahl deutlich steigern, indem sie die so genannte ABC-Klassifikationen von Artikeln im Lagerverwaltungssystem (WMS) als Basis für das Nachbestellen von Waren verwenden. Beworbene oder grundsätzlich stark nachgefragte Artikel (A-Artikel) sollten näher an den Versandstationen eingelagert werden. Diese Vorgehensweise minimiert die Laufzeiten der Lagermitarbeiter im Kommissionierprozess, hält somit die Arbeitskosten niedrig und ermöglicht zudem einen schnellen Versand der Bestellungen.

4. Die „Keine Eile“-Versandoptionen

Selbst als die Lieferzeiten noch viel vorhersehbarer waren, war vielen Kunden die Kontrolle des Zeitpunkts wichtiger als die Geschwindigkeit der Lieferung an sich. Neue Herausforderungen in Bezug auf den Lagerbestand von Artikeln, die Verfügbarkeit von Versanddienstleistern sowie eine größere Palette an Artikeln mit hoher Nachfrage, die nun nach Hause geliefert werden sollen, bedeuten, dass die Lieferzeiten grundsätzlich bereits weniger vorhersehbar und die Kunden flexibler sind. Online-Händler, die vor personellen Herausforderungen stehen, können ihren Kunden beispielsweise eine „Keine Eile“-Versandoption anbieten: Während die Auswahl dieser Option für den Kunden bestimmte Vorteile bietet, z. B. besonders niedrige Versandkosten, bedeutet sie für den Händler mehr Flexibilität zu bestellintensiven Zeiten.

5. Lokale Zustellmöglichkeiten in Betracht ziehen

Sämtliche Versanddienstleister, regionale wie nationale, werden durch die aktuelle Situation in vielerlei Hinsicht vor besondere Herausforderungen gestellt. Daher kann es von Vorteil sein, wenn beispielsweise räumlich nahegelegene Unternehmen eigene Fahrzeuge für gemeinsame lokale Zustellungen nutzen. Insbesondere Händler mit einem großen Auftragsvolumen in dicht besiedelten Metropolregionen können ihre eigenen Abhol- oder Zustelldienste einrichten, die die Kunden bei Bestellung online planen können. Intelligente mobile Technologien, die z. B. berührungslose Zustellnachweise ermöglichen, sind eine weitere Option zur Differenzierung des eigenen Angebots.



*41 % der Online-Händler
haben ihr Sortiment
erweitert*

© Händlerbund Studie April 2020

E-Commerce Prozesse mit intelligenter Software optimieren

Die Descartes pixi Lösungen automatisieren E-Commerce-Prozesse vom Bestelleingang bis hin zum Versand- und Retourenmanagement. Die Lösungen sind bei Hunderten von Online- und Multichannel-Händlern sowie Fulfillment-Dienstleistern in Europa und Nordamerika im Einsatz und ermöglichen kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie großen Einzelhändlern, schnell neue Mitarbeiter einzulernen und Prozesse zu verbessern, um die wachsende E-Commerce-Nachfrage zu bewältigen. Descartes pixi sammelt Bestellinformationen von Online-Shops und Marktplätzen, übersetzt sie in einen barcodegestützten Wareneingangs- und Kommissionierprozess im Lager, initiiert den Versand an den Endkunden und synchronisiert alle Bestelleingangs- und Versandinformationen mit den Finanz- und Sendungsverfolgung-Systemen des Online-Händlers.

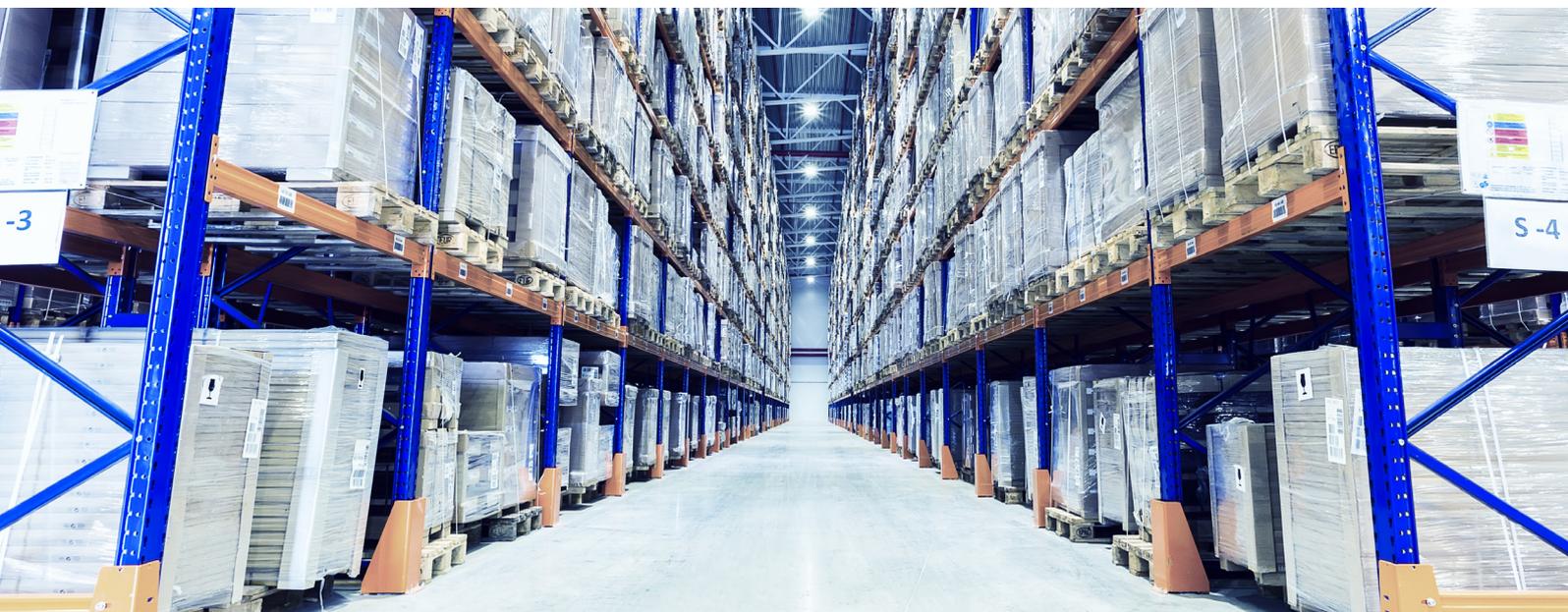
Wenn Sie ein Gespräch darüber führen möchten, wie Descartes Ihrem E-Commerce-Geschäft in diesen beispiellosen Zeiten zum Erfolg verhelfen kann, stehen Ihnen unsere Experten zur Verfügung.

Descartes Systems (Germany) GmbH

Tel.: +49 (0)89 961 60 61 – 71

Web: www.descartes.com – www.pixi.eu

E-Mail: info@descartes.com



Uniting the People & Technology That Move the World.