



Über Tesco Direct

- Onlineshop von Tesco für Non-Food-Produkte
- Tesco wurde im Jahr 2006 gegründet

www.tesco.com/direct

Ziele

- Produktangebot für Kunden erweitern
- Komplexität der Supply Chain reduzieren
- Finanziellen und administrativen Aufwand für Customer Service Anfragen senken

Umsetzung

- Sechsmonatiges Einführungsprogramm für Hersteller im Streckengeschäft
- Einrichtung eines virtuellen Warenlagers für den jeweiligen Hersteller auf der Delivery Management Plattform von MetaPack
- Der Kunden Service von Tesco Direct kann alle virtuellen Lager, Informationen zu den Versandunternehmen sowie Angaben zum Versandstatus einsehen

Ergebnisse

- Auf der Zielgraden 80 % des Versandvolumens über die Delivery Management Lösung abzuwickeln
- Reaktionszeit bei Kundenrückfragen wurde von mehreren Tagen auf 15 Sekunden verkürzt

Verkürzung der Reaktionszeit bei Anfragen zum Versandstatus von mehreren Tagen auf Sekunden

Über die Webseite Tesco Direct vertreibt die Supermarktkette Tesco Non-Food-Artikel wie Elektrogeräte, Einrichtungsgegenstände, Geschenke und vieles mehr. Auf der Website finden Tesco-Kunden alles von Fernsehgeräten über Tische bis hin zu Spielzeug – und können ganz bequem online einkaufen.

Die Herausforderung Angebot und Nachfrage

Während Tesco für sein Lebensmittelgeschäft in den Märkten selbst kommissioniert, arbeitet Tesco Direct über ein Streckengeschäftsmodell mit Herstellern zusammen. Im Jahr 2013 wickelte Tesco Direct eine halbe Million Bestellungen über 126 Hersteller im Streckenhandel ab. Dabei setzten die Hersteller jeweils entweder ihre eigene Flotte, externe Versanddienstleister oder 3rd Party Logistikunternehmen zur Koordination der Versandlieferungen ein. Rückfragen von Tesco-Kunden erforderten im Durchschnitt acht Telefongespräche, bis eine Auskunft zum Versandstatus gegeben werden konnte. Für Tesco Direct bedeutete das einen enormen administrativen Aufwand, der das Unternehmen jährlich 1 Million Pfund – bzw. zwischen 2 und 4 Pfund pro Bestellung – kostete.

Die Lösung Einführung einer neuen Lösung

MetaPack führte ein sechsmonatiges Einführungsprogramm für die Hersteller durch, das aus Online-Videos, Dokumentationen und Live-Seminaren bestand. Jedem einzelnen Hersteller wurde über die Delivery Management Plattform ein webbasiertes System eingerichtet – mit Anbindung an alle großen britischen Versanddienstleister. Diese Lösung versetzt Unternehmen in die Lage, über eine einzige Plattform auf beliebig viele Carrier Module zuzugreifen und Sendung aufzugeben, zu steuern und zu verfolgen. Die Lösung von MetaPack bietet jedem Versanddienstleister sein eigenes virtuelles Lager. Gleichzeitig kann der Kunden Service von Tesco Direct alle virtuellen Lager, Informationen zu den Versandunternehmen sowie Angaben zum Versandstatus einsehen.

„Bei Tesco sind wir uns sicher, dass MetaPack die richtige Lösung bietet, mit der wir unser Leistungsniveau in allen Belangen heben und damit auch für die Zufriedenheit unserer Kunden sorgen können.“

Ed Osborne, Dropship Operations Manager, Tesco

Produkte und Dienstleistungen

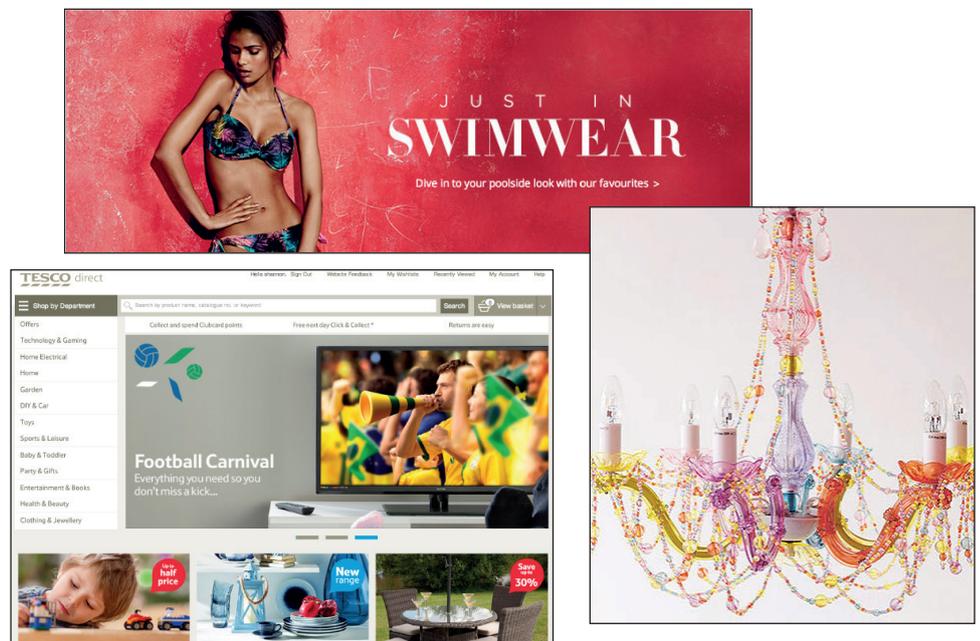
- Streckengeschäft über Herstellern
- Delivery Management Lösung
- Virtuelles Warenlager
- Kunden Service

Über MetaPack

MetaPack wurde im Jahre 1999 gegründet und hat seinen Sitz in London und Rheinbach – mit Partnern rund um den Globus. Wir haben uns zum Ziel gesetzt den Versand im Online-Handel kostengünstiger, effizienter und einfacher zu gestalten – unabhängig vom Standort der Bestellung, des Warenlagers oder des Zielorts der Lieferung. Die MetaPack-Plattform bietet eine breite Auswahl an Versandoptionen, ermittelt für jede Bestellung den am besten geeigneten Versanddienstleister und gewährleistet Transparenz und Kontrolle – damit wird der Kundenservice sowie die langfristigen Beziehungen zu Kunden und Versanddienstleistern gestärkt. Supply Chain Prozesse werden effizienter, Multi-Channel- und Cross-Border-Lösungen können leichter umgesetzt werden. Die MetaPack-Plattform sorgt für leistungsstarke Marktstrukturen und fördert das Wachstum des eCommerce-Sektors.

Die Ergebnisse Deutliche Verbesserungen

Durch die Partnerschaft mit MetaPack, ermöglicht Tesco Direct seinen Herstellern im Streckengeschäft den unmittelbaren Zugriff auf über 100 britische Versanddienstleister. Die Kunden können dadurch zwischen mehreren Versandoptionen wählen und sich für diejenige entscheiden, die seine individuellen Bedürfnisse erfüllt. Die Anbindung über eine einzige Schnittstelle ermöglicht es den Herstellern ihre Multi-Carrier Lösung automatische zu verwalten, Label in einem einheitlichen Template zu erstellen und Berichte zur Performance der Carrier zu generieren. Das System ist nicht Händler-gebunden und kann somit von den Herstellern nicht nur für Aufträge von Tesco Direct, sondern auch für ihre eigenen Aufträge genutzt werden.



Nach Angaben von Ed Osborne, Tesco Dropship Operations Manager, bietet die Lösung für Tesco Herstellern und Kunden große Vorteile: „Durch die MetaPack Lösung kann auf manuelle Eingaben in verschiedenen Systemen verzichtet werden. Damit können auch Eingabefehler bei der Auswahl von Versanddienstleistern verhindert werden. Darüber hinaus wurden Prozesse bei Druckern und Packtischen optimiert und Anrufe beim Kunden Service deutlich reduziert – die dann weit effizienter abgearbeitet werden können als früher.“

Tesco ist auf der Zielgraden 80 % des Versandvolumens über die Delivery Management Lösung abzuwickeln. Die Tage, in denen eine durchschnittliche Kundenanfrage acht weitere Telefongespräche zur Folge hatte, sind nun vorbei. Inzwischen braucht der Kunden Service von Tesco Direct im Durchschnitt nur noch 15 Sekunden, um alle benötigten Angaben zum Versandstatus abzurufen und entsprechende Kundenanfragen zu beantworten.