



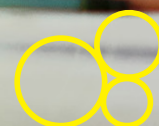
Neue Märkte entdecken

ASENDIA

BY LA POSTE & SWISS POST

e-

So **optimieren** Sie
Ihren **internationalen**
Onlinehandel



THE WORLD IS
YOUR ADDRESS



Der grenzüberschreitende Onlinehandel ist ein wachsender Markt

Der internationale E-Commerce gewinnt stetig an Relevanz. Laut Statistiken des US-amerikanischen Postdienstleistungsunternehmens Pitney Bowes Inc. gaben rund 40 % der befragten Verbraucher an, bereits Produkte aus einem anderen Land online bestellt zu haben. Glaubt man den Prognosen der Experten, wird der grenzüberschreitende Onlinehandel voraussichtlich allein in den USA einen Wert von 1 Milliarde US-Dollar erreichen. Obwohl der Markt floriert, muss sich jedes E-Commerce Unternehmen, das international wachsen möchte, besonderen Herausforderungen stellen.

Dieser Leitfaden zeigt Lösungswege auf und gibt Ihnen wertvolle Tipps zum Thema grenzüberschreitender Onlinehandel.

Der internationale E-Commerce bringt besondere Herausforderungen mit sich

Für jedes Unternehmen, das im grenzüberschreitenden E-Commerce tätig ist, gibt es Hürden, die es zu meistern gilt.

Hohe Versandkosten

Produkte über größere, globale Entfernungen zu verschicken ist zwangsläufig kostspieliger, als sie lokal zu versenden. Das bedeutet im Umkehrschluss oft, dass die Kosten vollständig oder zumindest teilweise auf die Kunden zurückfallen. Der richtige Umgang mit erhöhten Versandkosten ist eine Herausforderung für jedes Unternehmen, das international tätig ist. Mit dieser Tatsache qualifiziert umzugehen, ist entscheidend für den Erfolg eines jeden Unternehmens, das weltweiten Versand anbieten möchte.

Regeln und Vorschriften

Wenn Sie mit Ihrem Onlinehandel Landesgrenzen überschreiten, müssen dabei die Vorschriften und Gesetze der Nationen berücksichtigt werden, in die Sie Ihre Produkte versenden. Während sich Lieferungen innerhalb der EU oft recht einfach gestalten, gibt es bei Sendungen im interkontinentalen Raum wesentlich mehr zu beachten. So gibt es in vielen Ländern unterschiedliche und teilweise komplexe Einfuhrbeschränkungen und die Zollabwicklung kann einen hohen bürokratischen Aufwand mit sich bringen.

Gebühren und Steuern

Eine weitere Konsequenz des internationalen Versandhandels kann das Anfallen von Steuern und anderen Gebühren sein. In den meisten Fällen muss der Kunde die Zahlung entrichten, bevor er seine Ware beim Zollamt in Empfang nehmen kann. In vielen Ländern gibt es aber auch Freigrenzen, unterhalb derer keine Gebühren anfallen. Oft sind diese Werte aber sehr niedrig und unterliegen lokalen Bestimmungen. Dennoch sollten lokale Gebühren in der Berechnung der Versandkosten berücksichtigt werden, damit Kunden über die eventuelle Fälligkeit dieser informiert sind.

Außerdem kann man als Händler Informationen und Fachwissen über die Wertgrenzen und Zollbestimmungen verschiedener Länder bereitstellen. In der Schweiz beträgt die Freigrenze beispielsweise 64,90 CHF. Liegt der Warenwert unter diesem Betrag, fällt für den Kunden keine Gebühr an.

Zuverlässigkeit der Versandpartner

Eine der größten Herausforderungen für internationale E-Commerce Unternehmen ist es, einen Versandpartner zu finden, der in allen Ländern agiert und zusätzlich zu Sicherheit und Service auch noch Erfahrung im Umgang mit allen Herausforderungen des internationalen Handels mitbringt. Dazu kommt der Konkurrenzdruck, der von Unternehmen wie Amazon ausgeht, die Produkte teilweise innerhalb von Stunden liefern und die Erwartungen der Kunden so nachhaltig beeinflussen. Im internationalen Onlinehandel ist das aufgrund der physischen Entfernung nicht möglich. Eventuelle Zollabfertigungen ziehen die Lieferzeiten zusätzlich in die Länge.

Treffen Kunden die Entscheidung zum Kauf eines ausländischen Produktes aufgrund des günstigen Preises, bedeutet das aber noch nicht, dass dieses auch per Expressversand geliefert wird. Für Kunden ist es wichtig, zwischen mehreren Versandoptionen wählen zu können. So können sie selbst entscheiden, welche Produkte sie per Expressversand erhalten wollen und auf welche Produkte sie länger zu warten bereit sind, um von einem günstigen Preis zu profitieren.

Internationale Retouren

Retouren sind für Einzelhändler prinzipiell ein Thema, das mit Herausforderungen behaftet ist. Das gilt insbesondere dann, wenn die Retouren international verwaltet und verarbeitet werden müssen. Diese sind schwer vorhersehbar und jedes Unternehmen hofft, dass die Retourenquoten niedrig bleiben werden. Gleichzeitig erfordern Retouren aber immer eine gut organisierte Verwaltung, da diese die Markenwahrnehmung und die Kundenzufriedenheit maßgeblich beeinflussen.



Lösungen die dabei unterstützen, den internationalen Onlinehandel zu optimieren

1. Mit den Erwartungen der Kunden richtig umgehen

Wenn Unternehmen eine Lieferung innerhalb des nächsten Tages anbieten, werden die Erwartungen der Kunden, unabhängig davon, wo auf der Welt sie sich befinden, entsprechend hoch sein. Für eine positive Markenwahrnehmung ist es essentiell, richtig mit den Erwartungen der Kunden umzugehen. Auf keinen Fall sollten Lieferversprechen gemacht werden, die sich im Endeffekt nicht halten lassen. Im Idealfall sind die Lieferzeiten bereits klar definiert, bevor die Kunden zur Kasse gehen. Ein weiterer Aspekt ist die Verwendung der richtigen Software, um den Kunden von Beginn an über den Fortschritt des Versands zu informieren.

2. Retouren erfolgreich organisieren

Auf die Hoffnung, dass es im eigenen Unternehmen nicht zu Retouren kommen wird, sollte man sich nicht verlassen. Auch für internationale Händler gibt es erfolgsversprechende Möglichkeiten, um die Herausforderung internationaler Retouren zu meistern. Die Retour-

quoten sind von Nation und Branche abhängig. Prinzipiell lässt sich aber sagen, dass rund 30 % der online bestellten Produkte zurückgeschickt werden. Verfügt Ihr Unternehmen nicht über die nötige Infrastruktur, um dieses Volumen bewältigen zu können, leidet der Kundenservice schnell darunter. Studien zufolge spielt die Erfahrung mit Rücksendungen für 92 % der Kunden eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, erneut bei einem Anbieter einzukaufen. Ein reibungslos funktionierendes und einfaches Retourensystem ist daher essenziell, um den internationalen Erfolg des Unternehmens zu realisieren.

3. Vor Eintritt über den jeweiligen Markt informieren

Wussten Sie, dass die bevorzugte Zahlungsmethode für online bestellte Artikel in Deutschland der Kauf per Rechnung ist? Verschiedene Länder sind mit verschiedenen Infrastrukturen verbunden und Kunden werden, abhängig von der Nation, auf verschiedene Kommunikations- und Kaufoptionen anspringen. Möchte man den eigenen Onlinehandel auf globaler Ebene optimieren, gilt es, die jeweiligen Märkte zu kennen und zu verstehen.



4. Die Preisgestaltung modifizieren

Es ist immer ratsam, sich in die Situation des Kunden zu versetzen und dabei anzuschauen, wie sich die Kosten aus seiner Sicht darstellen. Dabei sollten nicht nur der Artikelpreis und die Versandkosten betrachtet werden, sondern auch lokale Gebühren und Steuern. Auf Basis dieser Gesichtspunkte sollte man sich die Frage stellen, ob sich der Kauf des Produkts aus Sicht des Kunden weiterhin lohnt. Das macht eine Recherche der lokalen Gebühren der relevanten Märkte notwendig, damit das Angebot preislich entsprechend gestaltet werden kann.

5. Absolute Transparenz bei Kosten und Lieferzeit

Kunden sind unzufrieden, wenn sie sich für ein Produkt entschieden haben und im Warenkorb plötzlich sehen, dass erhebliche Kosten und Gebühren fällig werden, nur um sich das Produkt in ein anderes Land liefern zu lassen. Gleiches gilt für überraschend lange Wartezeiten. Es ist also wichtig, die Kunden im Vorfeld transparent darüber zu informieren, welche Kosten und Lieferzeiten auf sie zukommen. Zusätzlich ist es sinnvoll, Informationen über die jeweiligen Gebühren und Zollbestimmungen anzubieten, die beim internationalen Versand fällig werden können.



6. Skalierbare Strategien

Der vollständig optimierte E-Commerce sollte gänzlich skalierbar sein. So sind Unternehmen in der Lage, einen plötzlich auftretenden Anstieg internationaler Bestellungen zu bewältigen, ohne unter der Verwaltung oder logistischen Abwicklung zusammenzubrechen. Auch Nebenaspekte wie Kundenservice und Lieferoptionen sollten dabei bedacht werden. Flexibilität spielt beim internationalen Versand eine zentrale Rolle, um ein unvorhergesehenes hohes Bestellaufkommen bewältigen zu können.

7. Kosteneffizienten und qualitativen Service bieten

Trotz der Tatsache, dass der internationale Warenversand kostenintensiv ist, erwarten Kunden Lieferpreise, die in einem angemessenen Verhältnis zum Produktpreis stehen. Beahlt man für die Zustellung in ein anderes Land höhere Beträge, wird ein entsprechend guter Service vorausgesetzt. In Befragungen

gab die Mehrheit der Onlinekäufer an, dass der Preis eines Produktes der wichtigste Faktor bei der Kaufentscheidung sei. Das bedeutet, dass auch der kosteneffiziente Versand eine wichtige Rolle in Bezug auf den globalen Erfolg spielt. Unterschiedliche Versandoptionen, die auf unterschiedliche Budgets zugeschnitten sind, bieten den Käufern Flexibilität und Kontrollierbarkeit. Versandoptionen wie die persönliche Zustellung oder die Lieferung an ein Postfach sowie regelmäßige Benachrichtigungen über den Versandstatus tragen zur Zufriedenheit der Kunden bei.

Trotz der Herausforderungen, denen sich Unternehmen, die neue und internationale Märkte bedienen, stellen müssen, gibt es zahlreiche Möglichkeiten diese zu überwinden und das eigene Unternehmen für den internationalen Handel zu optimieren. Entscheidend ist die Auswahl des richtigen Versandanbieters, der über die notwendigen Ressourcen, die Erfahrung und einen umfangreichen Service verfügt. So kann der grenzüberschreitende Onlinehandel gemeinsam optimiert, die Kundenbindung gestärkt und der Gewinn letztlich gesteigert werden.

Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie Sie von unserer Lösung für den Paketversand profitieren können? Dann kontaktieren Sie uns!

www.asendia.com



Kontaktieren Sie uns

ASENDIA

BY LA POSTE & SWISS POST

Asendia Germany GmbH

Redcarstraße 3
53842 Troisdorf
Deutschland

+49 2241 94720

info.de@asendia.com
www.asendia.de

Asendia Austria GmbH

Josef Ressel-Strasse 8
2362 Biedermannsdorf
Österreich

+43 2236 736080

info.at@asendia.com
www.asendia.at



THE WORLD IS
YOUR ADDRESS

Asendia ist eine internationale Partnerschaft zwischen La Poste und Swiss Post