G 13963

Der Versandhausberater

Aktuelle Informationen aus dem Versandhandel

Diese Woche besonders wichtig: **Nr. 12 vom 20. März 2008**

Seite 2 Martin Lenz ist neuer neckermann.de-Chef
Seite 3 Gebrüder Götz startet in Österreich
Seite 5 Littlewoods floriert online, Verlust steigt
Seite 6 Club Francais du Vin übernimmt Club des Gourmets

Auszug aus Seite 4:

Weitere Versender setzen Web-Videos ein

Seit einer Woche kann man bei Bon A' Parte (Primondo Specialty Group) dem Sujet entsprechend Catwalk-Videos sehen. Die 9 Styles, die der dänische Mode-Spezialist im Internet als "Frühjahr Express" promotet, werden in ca. 30 Sekunden langen Clips von Models auf dem Laufsteg präsentiert.

Auch Pro Idee in Aachen nutzt jetzt bewegte Bilder. Diese sind stärker an Verkaufspräsentationen im Teleshopping angelegt. Wie beim Elektonik-Händler myby erklären die Moderatoren die Produkte, führen sie vor (wichtig z.B. bei einem Mini-Klappfahrrad) und laden zur Bestellung ein. Realisiert wurden die Pro Idee-Videos wieder einmal von der inzwischen bestens bekannten Sommer & Co aus Hürth.

Arcadia testet Versand in Deutschland, N Brown noch unentschlossen

Frontline setzt auf externe Kostenoptimierung

Der Modeversender Frontline aus Hannover ist einer von mehreren Versandhändlern, die inzwischen den Kölner Dienstleister Sariva eingesetzt haben. (Auf der Referenzliste steht u.a. lenscare, aber die Testimonials lassen auch den Rückschluss auf Titus zu.) Sariva prüft dabei die unterschiedlichsten Kostenpositionen, vom Paketversand über die IT bis zum Energieverbrauch und dem Telekommunikationsanbieter. Die Kosten-Optimierer verhandeln im Namen des Kunden nach.

Das Prinzip ist nicht neu: Im Print-Bereich hat sich z.B. Roel Baaima (MSM Baaima, Hamburg) auf solche Dienstleistung spezialisiert. Wie er setzt auch Sariva darauf, dass die Beratungsleistung aus den Einsparungen selbst gezahlt wird. Die Kölner deckeln das Honorar bei 24.000 Euro. Im Postbereich hatte der Ex-Arvato-Manager Matthias Fritsche Kostenoptimierung unter www.postkonzept.de angeboten. Diese Beratung ist heute eine Dienstleistung für die Mitglieder des Verbandes Postunion (www.postunion.de).

QVC: Datenschutz-Siegel vom TÜV

Über die Sinnhaftigkeit von TÜV-Plaketten für den Kundenservice kann man streiten - Service wird beim Kunden individuell spürbar, nicht aufgrund von zertifizierten Abläufen. Ein vom TÜV geprüfter Datenschutz ist eine ganz andere Sache. Hier kommt es auf die Sicherheit der Prozesse an, die vom Kunden unbemerkt verlaufen. Gerade die Frage, was mit den Daten geschieht, steht oben auf der Sorgen-Liste