

WHITEPAPER

**LOGENTIS**

Technology meets Logistics

INTELLIGENTES  
**GIVE-AWAY-  
MANAGEMENT**

AM VERSANDPLATZ

Wie Sie mit der Versandsoftware Ihre  
Werbebeilagen in den Griff bekommen

[www.logentis.de](http://www.logentis.de)

# WORUM ES GEHT

Kleine Paketbeilagen (Give-Aways) sind ein beliebtes Werbemittel von Versendern, da sie die Kundenbindung- und zufriedenheit erhöhen können. Üblicherweise wird einer Sendung ein kleines Geschenk beigelegt, das sich je nach Zeitpunkt oder Anlass ändern kann. Was sich aber nicht ändert ist, dass jeder Kunde das gleiche Geschenk bekommt.

Viel effektiver kann es aber sein, den Kunden **personalisierte Werbegeschenke** zu schicken, kleine oder größere Aufmerksamkeiten, die seiner Bestellung, seinem Wohnort oder seiner Bestell-Historie angepasst sind.

Eine Umsetzung eines solchen Prozesses ist bis dato nicht, oder nur sehr umständlich erfolgt. Der Grund dafür ist eine fehlende Software, die den Ablauf soweit automatisiert, dass schnell und effektiv ein passendes Werbegeschenk ausgewählt, zugeteilt und zur Beilage bereit gestellt wird.

Der Versuch, eine Personalisierung der Beilagen auf manuellen Weg zu erzielen, scheitert üblicherweise, da der gesamte Versandprozess verlangsamt wird. Als Folge wird in der Regel dann auf Einheitsbeilage zurückgestellt, weil Geschwindigkeit am Versandplatz letztlich höher priorisiert wird.

Wird eine **Software** eingesetzt, die eine Organisation des Werbebeilagenprozesses beherrscht, steht einem intelligenten Give-Away-Management nichts mehr im Wege. Alles läuft vollkommen automatisch ab, lediglich das Beilegen des Werbegeschenks selbst in den Karton erfolgt noch manuell. Bei einem organisierten Ablauf werden Fehler bei der Auswahl minimiert, der Nachschub geregelt und der Geschwindigkeitsverlust ist gleich Null, die Voraussetzung für ein erfolgreiches Give-Away-Management.

➤ **PERSONALISIERTE WERBEGESCHENKE** können äußerst effektiv in Ihrer Kundenwirkung sein. Zum aktuellen Zeitpunkt werden sie aber mangels intelligenter Lösungen nicht häufig eingesetzt.

➤ **MODERNE VERSANDSOFTWARE** organisiert das Give-Away-Management und sorgt für einen schnellen und reibungslosen Beilageprozess.

# DAS PROBLEM MIT DEN GIVE-AWAYS

In vielen Fällen mangelt es an der **Möglichkeit**, dem Kunden personalisierte Give-Aways beizulegen, da die eigenen Versandprozesse dieses nicht vorsehen bzw. die eingesetzte Software eine Umsetzung nicht möglich machen kann. Entweder es wird als Folge ganz auf Give-Aways verzichtet, oder es muss eine Sammelbeilage genügen: Jeder Kunde bekommt das gleiche Werbegeschenk.

Idealer sind jedoch Give-Aways, die auf den einzelnen Kunden zugeschnitten sind, da diese Variante persönlich ist und eine höhere Wirkung hat als allgemeine Einheitsbeilagen. Je nach Status, Herkunft oder Versandhistorie des Kunden wird unterschieden, wer welches Give-Away beigelegt bekommt. Stammkunden sollen möglicherweise ein hochwertigeres Geschenk bekommen als Neu- oder Gelegenheitskunden, hohe Bestellsummen können durch größere Geschenke „honoriert“ werden, es gibt eine große Zahl an Möglichkeiten, eine Werbebeilage zu personalisieren.

Das Handling des Give-Away-Auswahl-Prozesses stellt sich als ein Problem dar, wenn nicht eine Software eingesetzt wird, die genau diesen Ablauf abbilden kann.

Da die Unterscheidung der Auswahlkriterien bei den Beilagen und die danach folgende Zuteilung durchaus komplex werden kann, ist eine manuelle Bearbeitung kaum möglich. Eine **automatisierte Lösung** ist nötig, die eine Schnittstelle zum Warehouse Management System (WMS) oder Enterprise Resource Planning (ERP), zum Vorksystem also, herstellen kann. Die Kundendaten müssen gelesen werden und als Grundlage für das Auswahlverfahren des passenden Give-Aways dienen.

➤ **DIE FEHLENDE MÖGLICHKEIT, PERSONALISIERTE GIVE-AWAYS** einzusetzen führt zu Einheits-Werbebeilagen oder gar zu Verzicht.

➤ **EINE AUTOMATISIERTE LÖSUNG** ist nötig, den Kunden maßgeschneiderte Give-Aways zuzuweisen. Manuell ist dieser Auswahlprozess, aufgrund der möglichen Vielzahl an Auswahlkriterien, kaum möglich.

Fehlt ein systematisches Management der Give-Aways, ist das organisierte Replenishment ein Problem. Das Nachfüllen der Werbegeschenk-Boxen erfolgt auf „Zuruf“ des Versandplatzmitarbeiters; wenn dieser nicht selbst die Boxen wieder auffüllen muss. In der Eifer des Geschehens erfolgt das Signalisieren oftmals zu spät und das Beilegen der Give-Aways bleibt solange aus, bis nachgefüllt wurde. Wird vom Versandmitarbeiter selbst nachgefüllt, geht Arbeitszeit am Versandplatz verloren, die nicht zum Verpacken von Kartons genutzt wird.

Dort, wo man sich der Bedeutung von Give-Aways bewusst ist, aber keine geeignete Möglichkeit gefunden hat, diese organisiert am Versandplatz zu handhaben, werden oftmals die Werbegeschenke im **Warenlager** vorgehalten und als „normale“ Ware mitkommissioniert. Der Nachschub im Lager ist gewährleistet, der Versandplatzmitarbeiter muss sich nicht darum kümmern und auch keine Vorgabe-Listen studieren und beachten. Der Bestellwert der Beilagen ist 0,00 EUR, aber das Give-Away taucht als zusätzlicher Artikel auf den Versandpapieren auf.

Das ist sehr unschön und kann bei dem Kunden zu Irritationen führen. Soll das Auftauchen des Werbegeschenkes auf den Bestellpapieren vermieden werden, muss eine aufwendige Manipulation der Bestellung vorgenommen werden. Dieses Konzept löst zwar den Nachschub, wirft aber andere Probleme auf.

➤ **GIVE-AWAYS, DIE AUS DEM WARENLAGER KOMMISSIONIERT WERDEN**, erfordern eine Manipulation der Versandpapiere, soll die Werbebeilage nicht auf den Papieren erscheinen.



# BISHERIGE LÖSUNGEN

Die einfachste Lösung, dem fehlenden Give-Away-Management zu begegnen, ist, gänzlich auf Paketbeilagen zu verzichten. Dieser Ansatz ist durchaus häufig anzutreffen, Give-Aways werden von den dortigen Verantwortlichen als **nicht wichtig** genug angesehen, als das die Einführung eines Systems und die damit verbundenen Änderungen im Versand-Prozessablauf nötig wären.

Einen Schritt weiter geht die Lösung, jedem Kunden das gleiche Give-Away bei zu legen. Es gibt keinerlei Unterscheidungen, jeder Kunde bekommt das gleiche Give-Away. Eine Differenzierung zwischen Viel-Bestellern, Gelegenheitskunden, regionalen Kunden oder aus anderen Gesichtspunkten findet nicht statt. Die Give-Aways stehen am Versandplatz bereit und der dortige Versandmitarbeiter muss lediglich jeder Sendung die vorgegebene Anzahl an Werbegeschenken in die Pakete legen. Von Give-Away Management kann hier natürlich noch keine Rede sein. Ist die Box mit den Paketbeilagen leer, muss der Versandplatzmitarbeiter seinen Arbeitsplatz verlassen und für Nachschub sorgen. Oder zumindest muss er die Stelle informieren, die ihn dann mit neuen Give-Aways versorgt.

Versender, die dem Thema Give-Aways keine besondere Aufmerksamkeit widmen, sind hier zu Haus. Der übliche Osterhase kann einfach allen Kunden beigelegt werden. Wer nicht mehr möchte, als diese „**kleine**“ Lösung für alle, fährt mit dieser Variante gut.

➤ **KEINE LÖSUNG FÜR WERBE-  
BEILAGEN** zu haben, ist überall dort gebräuchliche Praxis, wo Give-Aways keine besondere Bedeutung beigemessen wird.

➤ **EINHEITLICHE GIVE-AWAYS** für alle Kunden ist die am weitesten verbreitete Methode, den Sendungen Werbegeschenke beizulegen.

Dort, wo man dem Thema Give-Aways und ihre Kundenwirkung eine größere Bedeutung beimisst, wird diese Lösung nicht ausreichen. Persönliche Paketbeilagen erregen beim Kunden mehr Aufmerksamkeit und erzielen in den meisten Fällen eine höhere Zufriedenheit. Da zufriedene Kunden gerne wieder bestellen, wird versucht, mit den Give-Aways eine persönliche Ansprache zu erzielen.

Erreicht wird dies mit **Vorgabe-Listen**, die am Versandplatz zugänglich gemacht werden. Dort sind Schlüssel verzeichnet, anhand derer der Versandplatzmitarbeiter das passende Werbegeschenk auswählt.

Unterschieden wird beispielsweise bei dem Bestellwert. Eine Sendung bis 50,00 EUR bekommt Give-Away A, ein Bestellwert von 50,00–100,00 EUR bekommt Give-Away B. Vielleicht sollen allen Kunden aus einem bestimmten Postleitzahlbereich gezielte Werbegeschenke mitgeschickt werden, man denke hierbei an regionale Flyer. Mehr als die erste Ziffer als Unterscheidung ist aber in der Praxis kaum machbar, zu schwer wird es dem Versandplatzmitarbeiter ansonsten gemacht, der Sendung das richtige Werbegeschenk beizulegen. Wenn die Fehlerquote im Auge behalten werden soll, muss entsprechend Zeit eingeräumt werden, die Vorgaben mit der aktuellen Sendung abzugleichen. Unter dem Strich funktioniert diese Methode bei einer sehr eingeschränkten Auswahl, kostet aber Zeit und birgt eine Fehlerquelle in sich.

Kombinationen aus mehreren Faktoren für eine noch gezieltere Auswahl oder der Möglichkeit, mehrere Give-Aways beizulegen, sind aus Gründen der Fehlertoleranz und Zeit schlicht nicht möglich.

**> VORGABE-LISTEN AM VERSANDPLATZ** helfen dem dortigen Mitarbeiter bei der Auswahl, wenn dem Kunden personalisierte Give-Aways mitgeschickt werden sollen, ohne dass eine automatisierte Lösung zur Verfügung steht.

# INTELLIGENTES GIVE-AWAY-MANAGEMENT

Eine umfassende Lösung, kunden-personalisierte Give-Aways den Sendungen beizulegen, muss automatisiert sein. Prozesse, die im Hintergrund laufen, führen eine Auswertung von Kunden- und Bestelldaten aus, übernehmen die Zuweisung der Give-Aways und signalisieren dem Mitarbeiter am Versandplatz, welches und möglicherweise wie viele Paketbeilagen der aktuellen Sendung beizulegen sind. Die Signalisierung sollte dabei klar und unmissverständlich sein, je einfacher dem dortigen Mitarbeiter der Ablauf gemacht wird, welches Give-Away zu nehmen ist, desto schneller und fehlerloser erfolgt das Beilegen.

Ein aufleuchtendes Display an jeder Lagerbox, das die Anzahl der zu entnehmende Give-Aways anzeigt, ist die ideale Lösung für diesen Vorgang. **Pick-by-Light** als Kommissionierstrategie ist in der Logistik etabliert und je nach Lager und Artikelbestand sinnvoll. Für ein intelligentes Give-Away Management ist es die perfekte Lösung.

Die Steuerung des gesamten Prozesses – Auswahl, Zuweisung und Signalisierung – übernimmt die **Versandsoftware**. Neben der Kernfunktionalität, den Versand vorzubereiten, kann dieses System Zugriff auf die Kundendaten bekommen und ist bestens für diese zusätzliche Aufgabe geeignet.

Herzstück in einem automatisierten Give-Away-Management sind die Auswahl-Regeln, anhand derer den Kunden pro Bestellvorgang die Give-Aways zugewiesen werden. Die Versandsoftware nutzt eine Schnittstelle zum VORSYSTEM, um auf die Kundendaten zugreifen zu können und wendet die definierten Regeln bei jeder Versendung an. Der Kreativität bei der Definition der Regeln sind keine Grenzen gesetzt, unterschiedliche Faktoren können miteinander kombiniert werden und somit die Wünsche des Versenders detailliert umgesetzt werden. Die Berechnung und somit die Auswahl erfolgt in Bruchteilen von Sekunden. Ohne Verzögerung wird am Versandplatz das beizulegende Werbegeschenk angezeigt, während die aktuelle Sendung den Verpackungstisch erreicht.

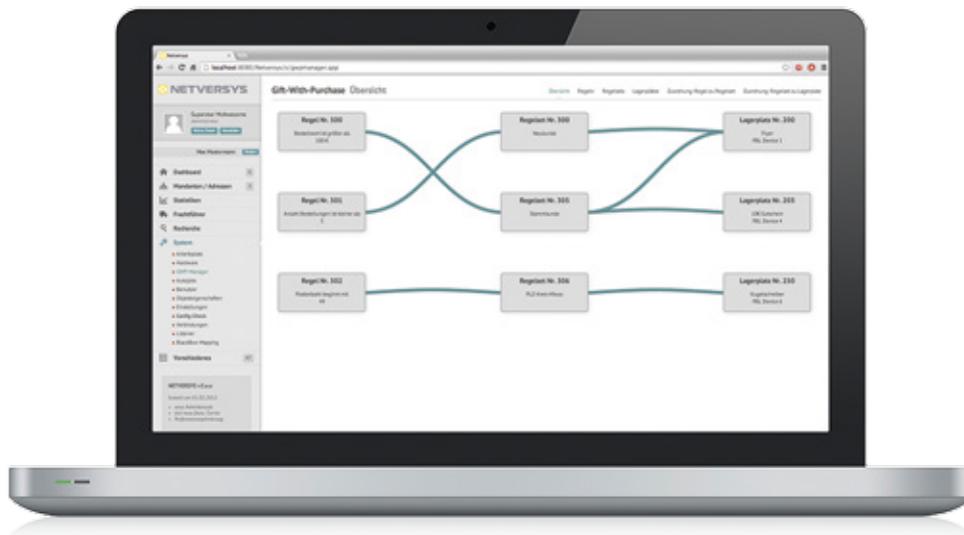
› **MIT PICK-BY-LIGHT KANN AM VERSANDPLATZ** ideal das auszuwählende Give-Away signalisiert werden.

› **DIE VERSANDSOFTWARE** übernimmt die Steuerung des gesamten Give-Away Prozesses.



➤ **REGELN UND AUSWAHLFAKTOREN KÖNNEN IN BELIEBIGER MENGE FREI ERSTELLT WERDEN** und lassen sich zu Regelsets zusammenfassen, so dass eine äußerst flexible und passgenaue Auswahl und Zuweisung von Werbe-geschenken möglich ist.

Die Regeln werden zentral an einer Administrationskonsole eingegeben. Ideal ist eine Umsetzung dieses Vorgangs durch ein grafisches Drag & Drop System. Die Erstellung geht schnell von der Hand und Kombinationen aus verschiedenen Regeln sind auf diese Weise einfach und übersichtlich zu realisieren.



➤ **MITTELS GRAFISCHEM DRAG & DROP** werden die erstellten Regeln und Auswahlkriterien auf einfachste Weise übersichtlich kombiniert.

Ob verschiedene Kriterien bei der Auswahl dazu führen, dass ein bestimmtes Give-Away ausgewählt wird, oder ob das Ergebnis zu mehreren Paketebeilagen führt, liegt ganz an den Definitionen im Regelprozess. Der hohe Flexibilisierungsgrad eines solchen Management-Systems ermöglicht die Umsetzung einer Vielzahl von Ideen und Wünschen. Der Versender bestimmt so den Ablauf und Umfang und wird nicht ausgebremst.

Der optimale Lagerort der Werbebeilagen ist der Versandplatz. Während des Verpackens bekommt der dortige Mitarbeiter das entsprechende Leucht-Signal an der korrekten Lagerbox angezeigt und kann kurzerhand das maßgeschneiderte Werbegeschenk der Sendung beilegen. Ob ein fester Lagerort für die Give-Aways am Versandplatz eingerichtet wird oder ob eine mobile Lösung, die flexibler auf Platzbeschaffenheit reagieren kann, eingesetzt wird, liegt an den örtlichen Bedingungen.

Der Beilage-Prozess beschleunigt sich durch diese Lösung deutlich. Ebenso werden Fehler durch ein solches Give-Away Management minimiert.

## TIPP

Eine mobile Lösung könnte ein als mobiler Lagerort umfunktionalisierter Kommissionierwagen sein, der fertig konfiguriert kurzerhand dort hingeschoben wird, wo er gebraucht wird.



➤ **DIE ANSTEUERUNG DER DISPLAYS** an dem mobilen „Give-Away-Wagen“ erfolgt über Funk, so lässt sich größtmögliche Mobilität dieser Lösungsvariante erzielen.

# DIE VIER WINS EINES INTELLIGENTEN GIVE-AWAY-MANAGEMENTS

- **SCHNELLIGKEIT**
- **FEHLERVERMEIDUNG**
- **REPLENISHMENT**
- **PERSONALISIERTE  
BEILAGEN**

Ein intelligentes Give-Away Management kann neben der Optimierung eigener Prozesse auch neue Umsatzmöglichkeiten eröffnen. Besonders bei einem höheren Versandaufkommen kann der „Verkauf von Give-Away-Spots“ sehr lukrativ sein. Nach einem zu definierenden Schlüssel und den entsprechenden Regeln werden Beilagen von anderen Unternehmen den Sendungen zugefügt, Flyer, Gutscheine oder was gewünscht und abgesprochen ist. Diese Dienstleistung wird in Rechnung gestellt. Eine einfache Möglichkeit sein eigenes Give-Away-Management System zweifach gewinnbringend einzusetzen.

# KURZ

## ZUSAMMENFASSUNG

Kundenbezogene Werbebeilagen bei Bestellungen sind ohne großen Aufwand realisierbar. Ein intelligentes Give-Away-Management am Versandplatz mit Pick-by-Light ermöglicht eine Steigerung der Kundenzufriedenheit auf einfache Art und Weise. Es sorgt für eine schnelle Auswahl und Beilage am Versandplatz und minimiert Fehler durch eine klare Signalisierung.

Daneben eröffnet ein solches System noch zusätzliche Einnahmequellen, wenn Werbematerialien von Partnerunternehmen als Give-Aways mit in diese Sendungen gelegt werden.



Eine moderne Versandsoftware liefert ein intelligentes Give-Away-Management als Feature.

Sie möchten mehr erfahren über die Möglichkeiten des Einsatzes eines automatisierten Give-Away-Managements?

**Nehmen Sie Kontakt auf mit LOGENTIS**  
[www.logentis.de](http://www.logentis.de) und lassen sich zeigen,  
wie bei Ihnen ein solches System erfolgreich  
eingesetzt werden kann.



# ÜBER LOGENTIS

Die Logentis GmbH entwickelt seit 2003 Software für die Logistik und den Bereich Point of Sales. Neben Produkten für Versand und Warehousing stehen eine Vielzahl individueller Lösungen, allesamt für den plattformunabhängigen Einsatz im Browser.

**LOGENTIS GmbH**  
Franz-Lenz-Straße 4  
D-49084 Osnabrück  
Fon 05 41. 580 587 - 0  
info@logentis.de

© Copyright 2015 LOGENTIS GmbH, Änderungen vorbehalten.  
LOGENTIS übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben. LWPA01, erstellt im Januar 2015.

➤ **BESUCHEN SIE UNS:**  
[www.logentis.de](http://www.logentis.de)

