



E-Commerce im Hause LMF

Die 2002 gegründete Logistic-Mail-Factory steht in den Startlöchern zum innovativen E-Commerce-Dienstleister. Bekannt ist der private Postdienstleister für seine kreativen Lösungen, Services und Kombiprodukte wie Abholservice, MeineBriefmarke.de oder Druck und Kuvertierung.

Im weitesten Sinne ist E-Commerce, wenn ein Kunde auf der Homepage eines Unternehmens etwas bestellt und der Postdienstleister, der diese Waren komplett bei sich lagert, die Orderdaten direkt übermittelt bekommt. Dadurch kann die Bestellung sofort konfektioniert und zeitnah an den Kunden verschickt werden. Aus der LMF-Praxis wären hier beispielgebend Katalogbestellungen von Firmen-Webseiten, der Unternehmensversand von Gutscheinboxen, oder Schulungsunterlagen von Bildungsinstituten zu nennen.

Dem E-Commerce kann also auch ein von Firmen zum Postdienstleister hin outgesourcetes Onlinegeschäft zugrunde liegen.

Full Service in der ganzen Postvielfalt

LMF ist ein Full-Service-Anbieter für moderne und individuelle Kommunikation, der von der Briefmarke bis zur Retoure sämtliche logistischen Bereiche abdeckt –



ob zwischen Unternehmen (B2B), Unternehmen und Kunden (B2C, C2B) oder Kunden (C2C). Durch den privaten Postservice werden Warensendungen, Päckchen und Pakete genauso schnell, zuverlässig und preiswert zu ihren Empfängern gebracht wie Postkarten oder Briefe. Neben dem physischen Briefversand umfasst das Dienstleistungsspektrum von LMF außerdem elektronischen oder hybriden Versand sowie weitere briefnahe Dienstleistungen – auch für Online- und Versandhändler.

Mit dem LMF-Postservice ließ sich schon immer viel Zeit sowie Porto sparen und obendrein Full Service genießen: Druck, Kuvertierung, Frankierung, Portooptimierung, regionaler bis internationaler Versand sowie Zustellung in der Region und auf Wunsch Postabholung vor Ort. Darüber hinaus gibt es fortschrittliche, umweltfreundliche Angebote und vielfältige Lösungen schon ab kleinen Stückzahlen. Ein weiteres Plus sind

die intensive Kundenbetreuung mit persönlicher Beratung sowie komfortable individuelle Zusatzleistungen.

Vor einem Jahr ging beispielsweise der erste LMF-Onlineshop an den Start. Im Briefmarkenshop MeineBriefmarke.de lassen sich Briefmarken selbst gestalten und bestellen. Betriebe wie Privatpersonen haben so die Möglichkeit, ihre Botschaften emotional und ganz persönlich zu versenden. Über 6.000 Onlinekunden haben dieses Angebot bereits im ersten Jahr genutzt. Insgesamt wurden seither rund 100.000 Briefmarken bestellt.

Kleine Onlinehistorie

Das deutsche Ladenschlussgesetz stammt noch aus dem Jahr 1900. Informations- und kommunikationstechnisch betrachtet eine beschauliche Zeit. Autos und Telefone waren eine Rarität, viele andere moderne Annehmlichkeiten ebenso. Da verwundert es nicht, dass das Ladenschlussgesetz den heutigen Zeitgeist schon lange nicht mehr trifft. Der Trend geht eindeutig zum bequemen Onlinebestellen von zu Hause aus – meist nach einem Arbeitstag oder am Wochenende. Eben dann, wenn man Zeit hat.

In Deutschland gibt es gegenwärtig ca. 40 Mio. Smartphones. Fast 90 Prozent der Kunden bestellen mittlerweile online. Viele bezahlen zunehmend auch digital – dank einfacher und sicherer Zahlungswege via PayPal und anderen. Der ungebrochene Onlinetrend ist dabei weder an ein gewisses Alter noch an ein bestimmtes Endgerät gebunden. Erfahrungsgemäß kommt je nach Tageszeit hierfür unterschiedliche Hardware zum Einsatz. Zum Frühstück mag es beispielsweise das iPad sein, auf dem Weg zur Arbeit und nach Hause das Handy, in der Arbeit der PC und am Abend wieder das iPad – diesmal auf der Couch.



Empfänger schätzen heute zudem die Sendungsverfolgung „Track & Trace“ und eine einfache Rücksendungsabwicklung. Die LMF sorgt mit ihrem Service inklusive Wunschabholtermin für das perfekte Retourenmanagement, das zunehmend wichtiger wird. Denn wer online bestellt, möchte ebenso anprobieren und das Nichtpassende zurückgeben wie der Kunde im Geschäft.

Zukunftspläne

Aktuell wird daran gearbeitet, die ServicePoints der LMF auch pakete-, einschreiben- und warensendungs-tauglich zu machen.

Das Fulfillment-Center soll mit Warehousing, E-Commerce & Full Service sowie Track & Trace weiter vorangetrieben werden. Ganz neu geplant ist der Service „B2ME“, durch den Empfänger Zeit und Ort ihrer Postsendung selbst festlegen können.

Last, but not least werden auf Basis einer Kundenbefragung bis 2016 neue Produkte für den Onlineshop MeineBriefmarke.de entwickelt werden. Man darf also gespannt sein ...

topFIRMA
in Schwaben 2015



Logistic-Mail-Factory
GmbH
Affinger Str. 7
86167 Augsburg
Tel.: 0800 7771333
www.LMF-Postservice.de