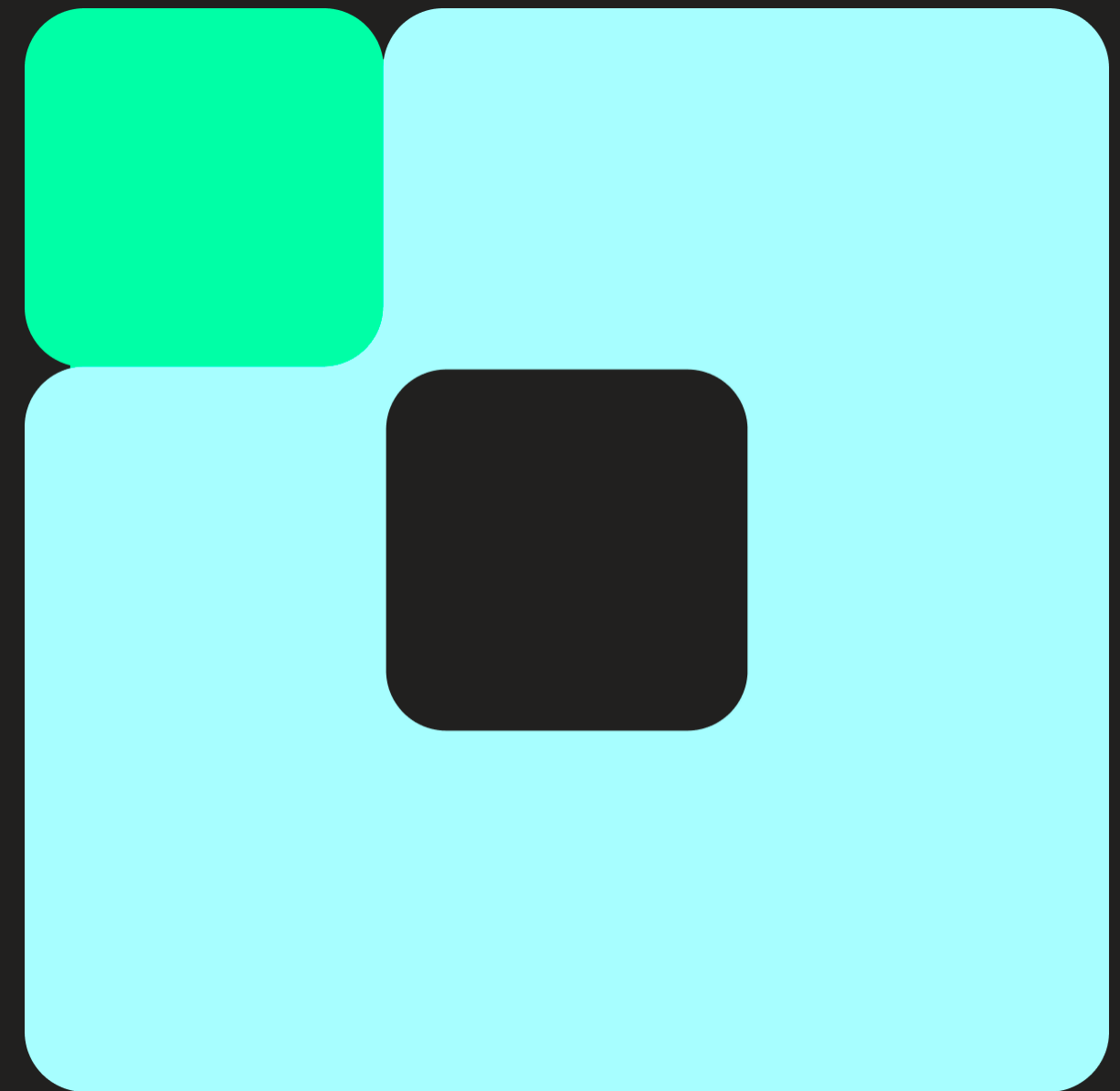


3PL- & Logistikwechsel in unsicheren Zeiten.

Eine Chancen-Risiko Erwägung für Marken und 3PLs.



everstox[■]

Store, fulfill and ship.

Das ist everstox.



Store, fulfill and ship.

Das ist everstox.



Step 01: Customize.

Step 02: Launch.

Step 03: Perform.

Services: Warehousing, Fulfillment, Shipping

Locations: DE, UK, US, IT, FR, ES, NL, ...

Verticals:

Markets: D2C, B2B & Retail, Omnichannel

Your systems:

Our 3PLs:

Our carriers:

Our Software:

Success team:

Expansion:

Unser Ziel: The new standard of logistics.



Unsere Logistik-Plattform:

- 2m Artikel pro Monat
- €50M Logistikkvolumen pro Jahr
- >100 Mitarbeiter

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

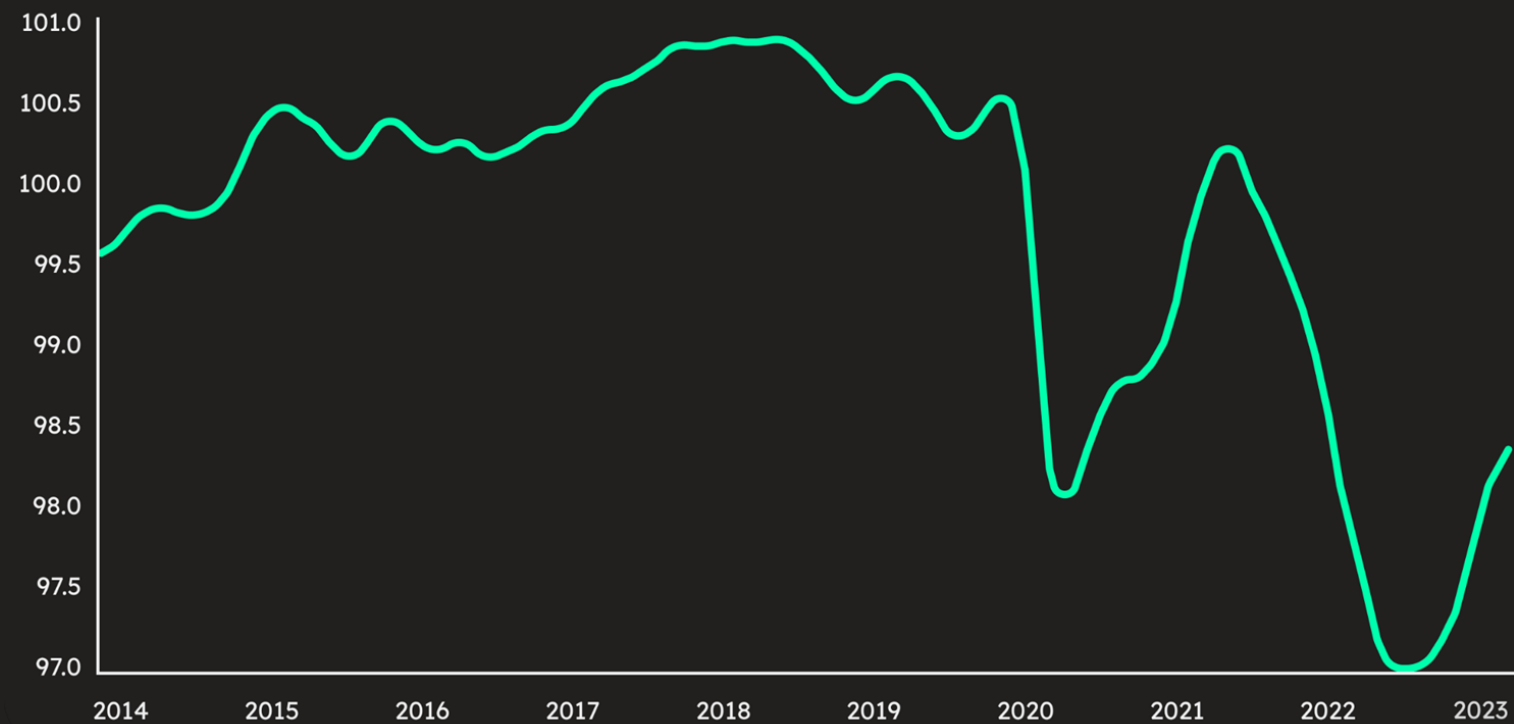
Handelsblatt

E-COMMERCE
GERMANY —
AWARDS
WINNER
2023

E-COMMERCE
GERMANY —
AWARDS
WINNER
2022

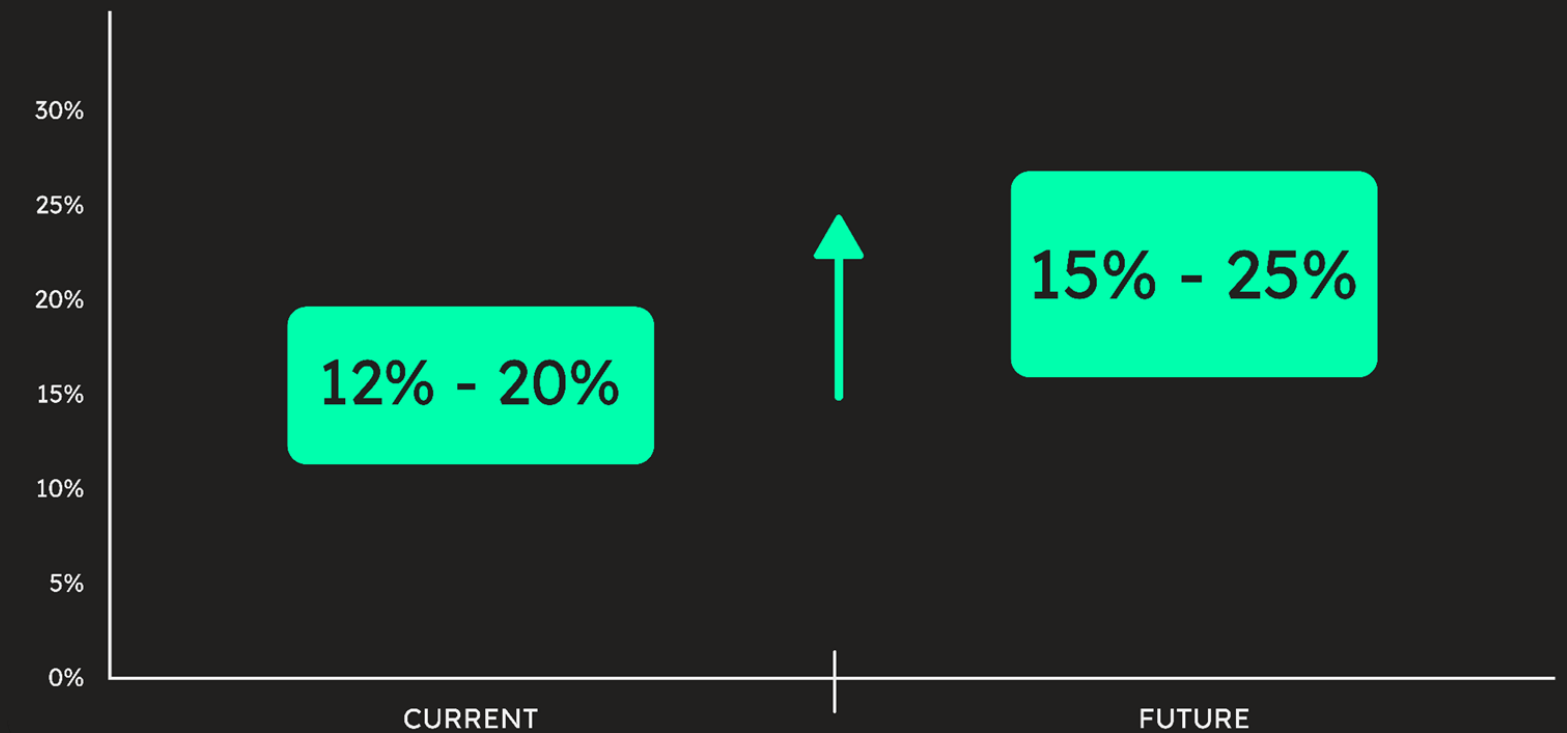
GERMAN
INNO
VATION
AWARD '22
WINNER

Unsichere Zeiten im eCommerce-Markt.



Consumer confidence index (CCI) Euro area

Source: OECD 2023



Logistics costs as a share of total sales

Source: McKinsey 2022

Lohnt sich ein Logistikwechsel
für mich als Unternehmen?

Logistik heute wechseln.

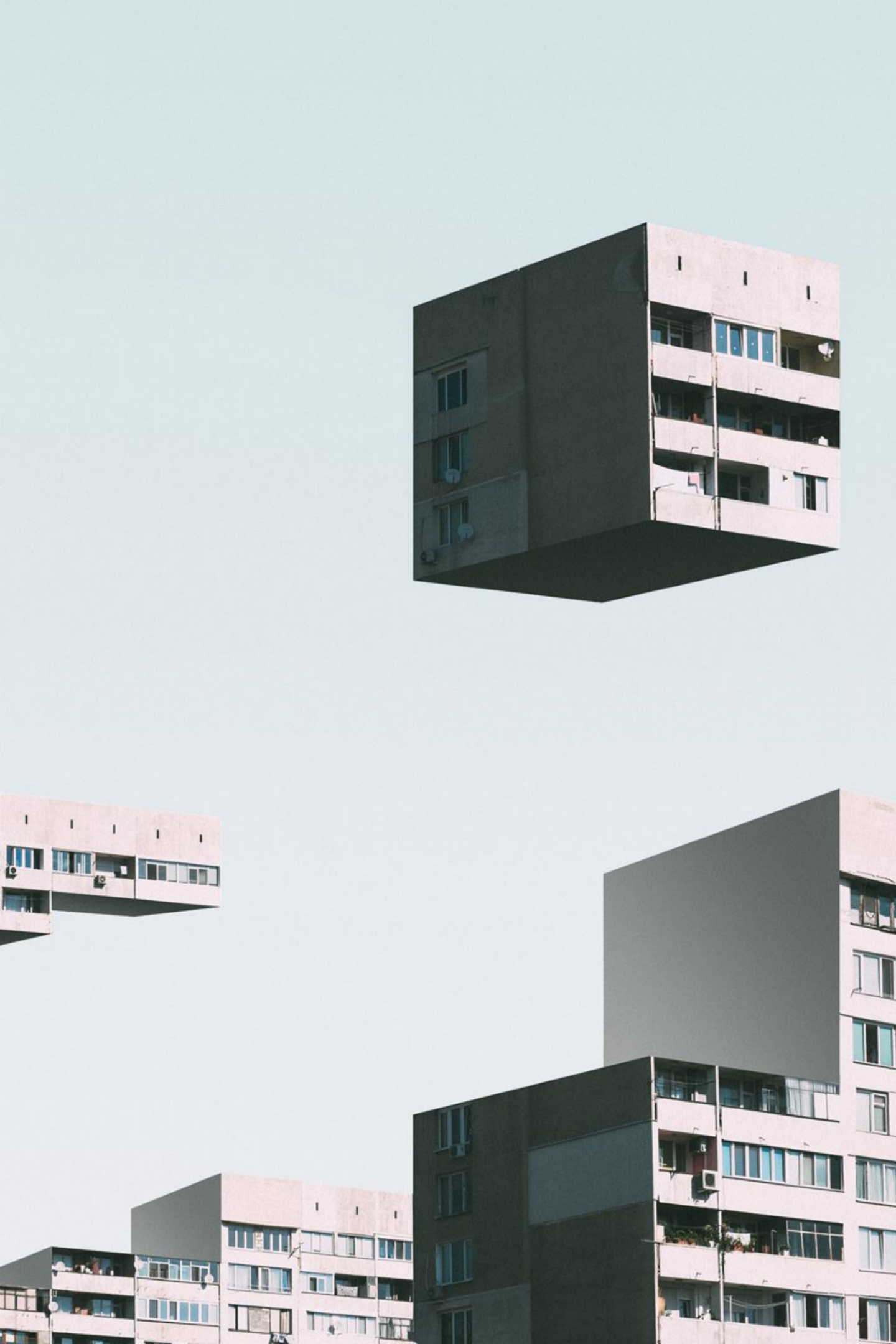
Risiken:

- Interne gebundene Kapazitäten und zeitintensive Due Diligence benötigt
- Während Umstellungsphase unzufriedene Kunden & ggfs. Umsatzeinbrüche
- Neues Setup verspricht viel, Realität zeigt keinen großen Wirkungsgrad nach Go-Live

Logistik heute wechseln.

Chancen:

- Operativ bessere Leistung durch Spezialisierung
- Direkte Kostenvorteile bis zu 50%
- Versteckte Logistikkosten reduzieren sich
- Bessere Entscheidung durch höhere Transparenz



Abwägungsmatrix für den Logistikwechsel.

	A	B	C	D	E	F
1	Abwägungsmatrix Logistikwechsel - TEMPLATE					
2	<i>Datum: DD/MM/YYYY</i>					
3	<i>Projekt: NAME</i>					
4						
5		Heute - NAME LP	Zukunft - NAME LP1	Zukunft - NAME LP2	<i>Gewichtung</i>	<i>Kommentare</i>
6	Strategische Perspektive					
7	Kosten pro Bestellung				<i>Hoch</i>	
8	Kapazitäten				<i>Mittel, wird hoch in Upmarket</i>	
9	Internationale Expansion				<i>Mittel, wird hoch in Upmarket</i>	
10	
14	Operative Perspektive					
15	Order Output (no backlogs)				<i>Hoch</i>	
16	Akurate Stock Levels				<i>Hoch</i>	
17	Anzahl manueller Workflows / Aufwände				<i>Mittel</i>	
18	Flexibilität bei Anpassungen der logistischen Workflows				<i>Mittel</i>	
19	Falls zutreffend: operative B2B Kompetenzen				<i>Mittel</i>	
20	
26	Technische Perspektive					
27	Transparenz über Workflows mit Echtzeitdaten				<i>Hoch</i>	
28	Flexibilität bei Anpassungen der technischen Workflows				<i>Hoch</i>	
29	Aufwände der technischen Maintainance				<i>Mittel</i>	
30	Falls zutreffend: multi Standort Support				<i>Mittel</i>	
31	Falls zutreffend: technische Omnichannel Steuerung				<i>Mittel</i>	
32	
39	Endkunden Perspektive					
40	Liefererwartungen (mehrere Versandoptionen)				<i>Hoch</i>	
41	Customer Choice (Individualisierung)				<i>Mittel</i>	
42	Nachhaltigkeit				<i>Hoch</i>	
43	
49	Gesamtfazit & Handlungsempfehlung					
50						
51						

Abwägungsmatrix für den Logistikwechsel.

	Heute	Neuer 3PL #1	Neuer 3PL #2	Gewichtung
Strategische Perspektive				
Kosten pro Bestellung				
Kapazitäten				
Internationale Expansion				
Operative Perspektive				
Order output (keine Backlogs)				
Akurate Stock Levels				
Anzahl manueller Workflows / Aufwände				
Flexibilität bei Anpassungen der logistischen Workflows				
Operative B2B Kompetenzen (falls zutreffend)				

Abwägungsmatrix für den Logistikwechsel.

	Heute	Neuer 3PL #1	Neuer 3PL #2	Gewichtung
Technische Perspektive				
Transparenz über Workflows mit Echtzeitdaten				
Flexibilität bei Anpassungen der technischen Workflows				
Aufwände der technischen Maintenance				
Multi-Standort Support (falls zutreffend)				
Technische Omnichannel Steuerung (falls zutreffend)				
Endkunden Perspektive				
Liefererwartungen (z.B. mehrere Versandoptionen)				
Customer Choice (Individualisierung)				
Nachhaltigkeit				

Unsere Erfahrungen.

Preis & Vorsorge:

- Aktuell spielt der Preis die überwiegend wichtigste Rolle, gefolgt von Skalierbarkeit und Flexibilität für die spätere Roadmap.
- Viele Marken realisieren gerade jetzt einen Wechsel, um nach der Rezession besser aufgestellt zu sein.

Mehr als 200 Logistikexperten und Operations Teams vertrauen auf everstox.

tado°

JUNGHEINRICH

GREENFORCE

**RAZOR
GROUP**

**no milk
today**

sheertex

yepoda
여|쁘다

yfood®

Die richtige Vorbereitung.

Essentielle To-Do's:

- Dediziertes internes Projektteam aufsetzen (Tender, aber auch Umsetzung)
- Referenzcalls mit Kunden des neuen Anbieters durchführen
- Evaluation nicht nur auf Preis, sondern auf Faktoren setzen wie bspw.:
 - Tech-Kompetenz & -Aufwand
 - Analytics bzgl. Warenfluss und Performance
 - Koordinationsaufwand im Tagesgeschäft
 - Operative Flexibilität bzgl. Volumen-Skalierung, Omnichannel-Expertise und Value Added Services
- Offene und pragmatische Kommunikation in allen Phasen

Mehr als 200 Logistikexperten und Operations Teams vertrauen auf everstox.

tado°

JUNGHEINRICH

GREENFORCE

**RAZOR
GROUP**

vy
NO MILK
TODAY

sheertex

yepoda
여|쁘|다

yfood®

Ever better logistics.
Meet us in Hall 2, Booth #F6

everstox[■]

everstox GmbH
Ganghoferstr. 68b
80339 Munich, Germany
© everstox 2022

■ [everstox.com](https://www.everstox.com)