

# Verbesserte Kundenzufriedenheit durch Paketoptimierung

**>10%**

Steigerung der durchschnittlichen Paketfüllrate

## Ersparnis

von Kosten für Füllmaterial und entstehender Umweltbelastung

## Fokus

auf Steigerung der Kundenzufriedenheit

### ÜBER DEN KUNDEN

**Industrie:** Einzelhandel

**Region:** Deutschland

**Unternehmensgröße:**  
Großunternehmen  
(1000+ Mitarbeiter)

## Business Case

Wir alle kennen diese Situation: Kunden erhalten ein Paket, welches kaum gefüllt ist und stattdessen viel Leerraum hat, und denken sich oft: „Warum wurde ein so großes Paket für den Versand meiner Bestellung verwendet?“

Auch aus Unternehmenssicht ist dies alles andere als wünschenswert. Derartige Verpackungen führen zu unnötigem Abfall und Kosten (z. B. für Füllmaterial) sowie zu potenziellen Absatzeinbußen durch frustrierte Kunden.

Unser Kunde – ein führendes Unternehmen im Versand von Kosmetikprodukten – erhielt mehrere Kundenbeschwerden über unzureichend gefüllte Pakete mit erheblichem Leerraum. Der Kunde war daher auf der Suche nach einer Lösung zur Optimierung der Paketgrößen, um die durchschnittliche Paketfüllrate zu verbessern.

### Kundenziele

- ✓ Verbesserung der Füllrate von Paketen
- ✓ Erhöhung der Kundenzufriedenheit durch Reduzierung der Leerräume und damit des ökologischen Fußabdrucks des Unternehmens
- ✓ Reduzierung der Kosten für Leerraumfüllmaterialien

## Lösung

Unter Verwendung historischer Auftragsdaten und unter Berücksichtigung des kundenspezifischen Verpackungsverfahrens setzten wir unsere eigens gebaute KI-Plattform ein, um die Paketabmessungen derart zu optimieren, dass der durchschnittliche Leerraum pro Paket minimiert wurde. Wir stellten unserem Kunden ein skalierbares und effizientes Analysewerkzeug zur Verfügung, das die optimalen Paketgrößen und die hierdurch verbesserten Füllraten je Pakettyp ermittelt.

## Vorteile

- ✓ Mehr als 10 Prozentpunkte Steigerung der durchschnittlichen Füllrate
- ✓ Geringere Kosten für Füllmaterial
- ✓ Geringerer ökologischer Fußabdruck
- ✓ Steigerung der Kundenzufriedenheit durch den Versand von Produkten in Paketen der richtigen Größe