

CUSTOMER
SUCCESS STORY



Panasonic

Panasonics Erfolg im D2C Direkt zum Kunden – direkt zum Erfolg

Wie Panasonic mit PARCEL.ONE den Schritt von B2B zu D2C meisterte und damit auch den europäischen Markt eroberte



In ganz Europa verkaufen – direkt an den Endkunden

Das ein Branchenriese sich entscheidet, alle Zwischenhändler zu umgehen, Barrieren zu durchbrechen und direkt mit dem Kunden in Kontakt zu treten erscheint erst mal unvorstellbar.

Doch genau das hat **Panasonic** getan. In einer Welt, in der Schnelligkeit, Flexibilität und persönlicher Kundenkontakt die neue Währung sind, musste Panasonic seine Logistik völlig neu denken, um im D2C-Bereich erfolgreich zu sein.

Doch selbst Giganten brauchen einen vertrauenswürdigen Partner, um unbekannte Gewässer zu durchqueren.

Panasonic: Vom Land der aufgehenden Sonne in die europäischen Haushalte

Panasonic ist nicht einfach nur eine weitere Elektronikmarke; es ist eine globale Ikone.

Seit seiner **Gründung im Jahr 1918** steht der japanische Technologiekonzern für Innovation und Fortschritt und ist in zahlreichen Bereichen tätig. Von der **Automobilbranche** bis zur **Unterhaltungselektronik** bedient Panasonic das komplette Spektrum der Elektronik. **Industrie, Kommunikation, Energie** oder auch **Haushaltswaren** gehören zum Portfolio.

Doch trotz seiner Größe und Expertise war Panasonic lange Zeit fest im B2B-Markt verankert und war auf Dritte angewiesen, um seine Produkte an die Endverbraucher zu bringen. Der Schritt, einen eigenen Online-Shop zu eröffnen und in den D2C-Markt einzusteigen, war eine mutige und transformative Entscheidung.



Made in
JAPAN

DIE HERAUSFORDERUNG

Panasonic eröffnet eigenen Online-Shop

Der Sprung ins Ungewisse - Der **Wechsel vom B2B- ins D2C-Geschäft** war nicht einfach nur eine Änderung der Vertriebsstrategie; es bedeutete eine komplette Umstellung der Logistik. Damit hiess es einmal komplett neu aufstellen.

Die bestehende Infrastruktur von Panasonic war auf große, planbare Lieferungen im **B2B-Bereich** ausgerichtet – zuverlässig, effizient und mit langjährigen Speditionspartnern.

Doch der **D2C-Markt** stellt völlig andere Anforderungen: Geschwindigkeit, Flexibilität und die Fähigkeit, jede einzelne Lieferung als individuelle Erfahrung zu betrachten, sind hier entscheidend.

Die Folge: Wenn die gleiche Infrastruktur für B2B und D2C genutzt wird, kostet das viel Geld und führt meist trotzdem nicht zum gewünschten Ziel.

Wie also konnte Panasonic, ein Meister des B2B-Geschäfts, in dieser neuen Welt bestehen?

DIE LÖSUNG

PARCEL.ONE - Der perfekte Partner

Panasonic brauchte mehr als nur einen Logistikanbieter; es brauchte einen Partner, der die Anforderungen des D2C-Geschäfts verstand und ihnen half, die Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Mit uns fand Panasonic genau diesen Partner

Dank unserer Expertise im Bereich internationaler **Multi-Carrier-Lösungen** brachten wir genau die **Agilität, Geschwindigkeit** und das **europäische Netzwerk** mit, das Panasonic für sein neues **Direct-to-Consumer-Geschäft (D2C)** benötigte.

„Mit PARCEL.ONE haben wir die Brücke zwischen unserer B2B- und B2C-Logistik geschlagen und unser Direct-to-Consumer-Geschäft in Europa erfolgreich skaliert.“

Jochen Pühler

Head of Digital Marketing & E-Commerce bei Panasonic in Europa



Der Weg: Nahtlose Integration, ständige Weiterentwicklung

Die Zusammenarbeit zwischen Panasonic und uns ist war ein Paradebeispiel für **Effizienz**.

Dank einer modernen, API-basierten Herangehensweise war Panasonic in wenigen Wochen vollständig in unser Logistiknetzwerk integriert.

Doch das war nur der Anfang. Die Partnerschaft hat sich stetig weiterentwickelt und sich an die ständig wechselnden Anforderungen des D2C-Marktes angepasst, wodurch Panasonic stets einen Schritt voraus blieb.

Das Ergebnis: Der europäische Versand weitet sich aus

Ausgehend von **Deutschland** und **Österreich** hat Panasonic seinen D2C-Auftritt dank PARCEL.ONE erfolgreich auf **Italien, Frankreich, Belgien, Spanien, Schweden** und die **Niederlande** ausgeweitet.

Heute erreichen Panasonic-Produkte die Kunden schnell und kosteneffizient – unabhängig von Ziel-land oder Versandvolumen.

Der Ausblick: Wachstum, Flexibilität und grenzenlose Möglichkeiten

Mit PARCEL.ONE an ihrer Seite ist Panasonic nicht nur Teil des D2C-Marktes, sondern setzt **neue Maßstäbe**.

Zusammen haben wir bewiesen, dass auch etablierte Marken den Mut aufbringen können und sich anpassen können um in einer sich ständig wandelnden digitalen Welt weiterhin erfolgreich zu bestehen.

„Das Onboarding war unkompliziert und die Integration der bestehenden Systeme somit in wenigen Wochen abgeschlossen. Seitdem wird die Zusammenarbeit kontinuierlich optimiert. Da diese bereits seit über zwei Jahren besteht, ist die E-Commerce-Landschaft nicht mehr dieselbe.

Deswegen ist es wichtig, dauerhaft an Verbesserungen zu arbeiten und so auf die wachsenden Anforderungen des D2C-Geschäfts zu reagieren.

Dies funktioniert bei Panasonic und PARCEL.ONE hervorragend.

Auch kurzfristige Anliegen werden effizient umgesetzt.

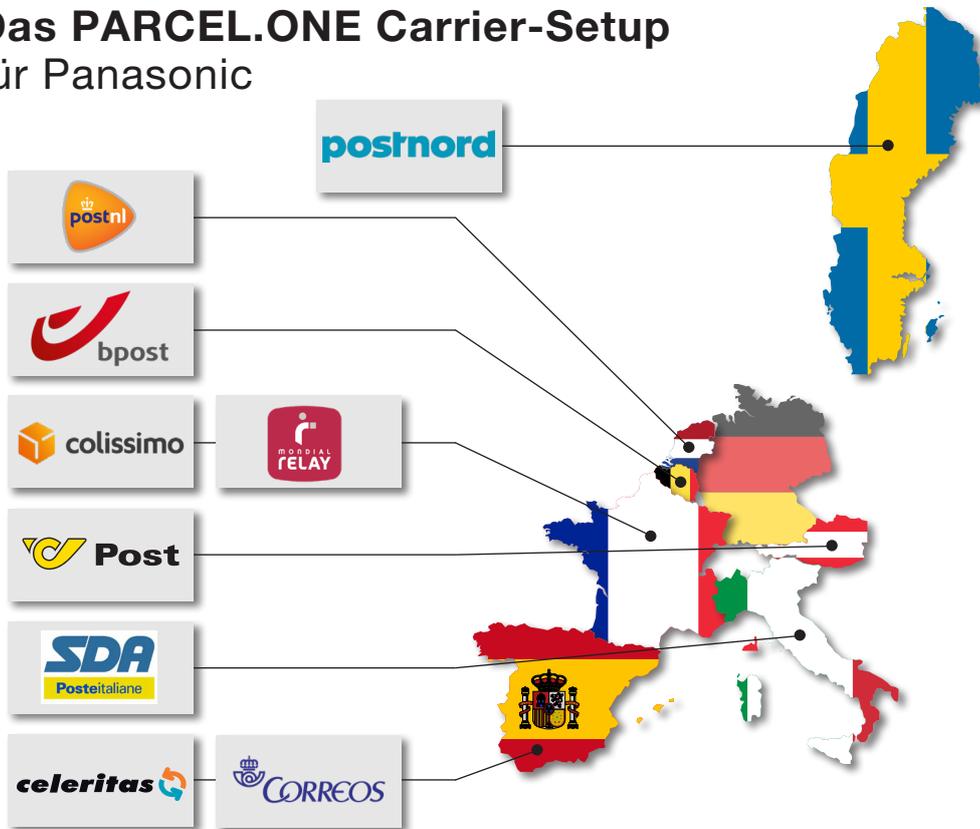
Panasonic schätzt diese Flexibilität ungemein.“

François Aerts

Key Account Manager bei PARCEL.ONE



Das PARCEL.ONE Carrier-Setup für Panasonic



Panasonic

Panasonic wurde 1918 von seinem Gründer, Konosuke Matsushita, gegründet und hat sich durch seine Geschäftsaktivitäten dem Fortschritt und der Entwicklung der Gesellschaft und dem Wohlergehen der Menschen verschrieben, um so die Lebensqualität auf der ganzen Welt zu verbessern.

Panasonic beginnt mit dem Wunsch, Dinge von Wert zu schaffen. Durch harte Arbeit und Hingabe entsteht ein innovatives Produkt nach dem anderen und das junge Unternehmen macht seine ersten Schritte auf dem Weg zum heutigen Elektronikriesen.

„Wir als Unternehmen sind uns bewusst, dass wir zur gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen haben, und wir werden unermüdlich danach streben, diese unsere Bestimmung zu erfüllen.“

All unsere Aktivitäten beruhen darauf, dass die Kunden unsere Produkte und Dienstleistungen auswählen und kaufen. Dies gilt für Waren, die einzeln verkauft werden ebenso, wie für Dienstleistungen, für die der Kunde einen Vertrag geschlossen hat und regelmäßige Zahlungen leistet.

Am Markt seit:	1918	Versand mit P1:	8 Fokus-Länder (+ ganze Welt)
Produkt:	Elektronik / Entertainment	Kunde seit:	2021