

# DigitalParcel

Markteinführung eines digitalen Service für den Paketversand

<b>Programm / Ausschreibung</b>	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 2. Ausschreibung	<b>Status</b>	abgeschlossen
<b>Projektstart</b>	05.10.2016	<b>Projektende</b>	04.04.2018
<b>Zeitraum</b>	2016 - 2018	<b>Projektlaufzeit</b>	19 Monate
<b>Keywords</b>	byrd / versenden / app / e-commerce		

## Projektbeschreibung

### Ausgangssituation

Die byrd technologies GmbH wurde im Juli 2016 gegründet und hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Paketversand mithilfe von Digitalisierung grundlegend zu vereinfachen. Die Firma verfügt über zwei Produkte - eine mobile Privatkunden-App sowie eine webbasierte Geschäftskunden-App. Beide Lösungen ermöglichen es Kunden, einfach Pakete zu versenden, ohne dabei den traditionellen "offline" Weg nutzen zu müssen. Mithilfe der Apps kann der Kunde eine Abholung bei byrd anfordern. Sein Gegenstand wird daraufhin von einem byrd Kurier abgeholt, ins Lager gebracht und professionell verpackt. byrd sucht anschließend je nach Destination den passenden Logistikanbieter aus und verschickt das Paket, gleichzeitig bekommt der Kunde die Tracking-Informationen zugeschickt. Der gesamte Versandprozess verläuft für den Kunden digital.

### Reifegrad des Prototyps

Die iOS App für Privatkunden war von Juli 2016 bis September 2016 in der Beta Phase, in welcher Fehler verbessert und Optimierungen in der Technologie sowie dem Verpackungs- und Versandprozess vorgenommen wurden. Es haben ca. 60 Nutzer an der Beta-Phase teilgenommen. Seit 26. September 2016 ist die App im App Store und damit öffentlich zugänglich. Die Web-Applikation für Geschäftskunden wurde im Mai 2016 veröffentlicht und befindet sich momentan noch in einer Betaphase. Die Web Applikation wird von ca. 20 ausgewählten Geschäftskunden in Wien genutzt. Die Testphase der Business-App soll Ende November abgeschlossen sein. Momentan wird daran gearbeitet, Kunden-Feedback zur Optimierung einzuarbeiten, mit einem starken Fokus auf die Implementierung neuer Funktionen.

### Aktivitäten im Bereich der Markteinführung

Im Rahmen der Markteinführung steht das Marketing im Fokus, da es gilt den Bekanntheitsgrad von byrd zu steigern. Auf der Geschäftskunden-Seite vor allem der Direktvertrieb im Vordergrund. Auf Privatkundenseite soll die Effektivität verschiedener Kanäle verglichen werden, der Fokus wird vor allem auf Online-Marketing sowie vereinzelt Aktivitäten im Offline Bereich liegen (siehe 1.2.2.). Um Kunden ein gutes Servicelevel anbieten zu können, muss parallel dazu auch an der operativen und technischen Skalierbarkeit gearbeitet werden (siehe 1.2.1.).

### Vorgesehene Entwicklungstätigkeiten und angestrebte Ergebnisse

Die Entwicklungstätigkeiten sollen in einem Ausmaß weiterlaufen, das es ermöglicht den Kunden gute Benutzerfreundlichkeit und einen starken Funktionsumfang zu bieten. Auf Basis von Kundenfeedback sollen weitere Features implementiert werden, wobei hier bereits einiges an Feedback gesammelt wurde und mit hoher Priorität implementiert wird.

Mit Projektende soll das Service von byrd in ganz Wien und Berlin sowie in 2 weiteren Städten verfügbar sein. Das Sendevolumen nach 18 Monaten soll 8000 Pakete erreicht haben, davon 4000 auf Privat- und 4000 auf Geschäftskunden-Seite.

## **Abstract**

### Current situation

The company byrd technologies GmbH was founded in July 2016 and is a startup focused on logistics. Byrd wants to make shipping parcels much simpler by means of digitizing the process. The company has two products: a mobile app for private customers and a web-based solution for businesses. Both applications enable customers to ship items without the hassle of the traditional „offline“ process. By using the app, customers can request a pickup. A byrd courier comes at the requested time, picks up the item(s) and brings it to the warehouse where it is professionally packaged and sent with a suitable logistics provider according to the destination. When the package is sent, the customer receives his tracking information. Therefore the complete shipping process is digitalized for the customer.

### Status of the prototype

The beta phase of the iOS app for private customers went from July 2016 until the end of September 2016. During this phase first bugs were corrected and the packaging and pickup process was optimized. The app could be tested via the testing platform Testflight, in total approximately 60 users took part in the beta phase. Since September 26, 2016 the app is freely available via the App store.

The web application for business customers was released for beta testing in May 2016. The web app is available for approx. 20 selected customers in Vienna. The test phase is planned to go until the end of November. Currently the main focus is on implementing learnings from customer feedback, especially concerning additional features.

### Launch activities

The main focus of the launch activities will be marketing in order to maximize the brand awareness of byrd. For the official launch of the business app, direct sales will be a strong focus. On the B2C customer app side, the goal will be to measure and compare the efficiency of different channels, with a focus on online activities and a handful of offline measures (see 1.2.2.). In order to provide a stable service level to customers, in parallel to marketing efforts, work has to be done in order to improve the operational and technical scalability of the service (see 1.2.1.).

### Planned development activities and results

Development activities should go on until the apps have reached a good level of usability and functionality. New features will be implemented based on customer feedback. Based on existing feedback from the two beta phases a number of features are already planned and being implemented with high priority.

At the end of the project the goal is for byrd to be available in Vienna and Berlin as well as 2 additional European cities. The parcel volume after 18 months should have 8000 parcels, 4000 for private customers and 4000 for businesses.

## **Projektpartner**

- byrd technologies GmbH