

Internationale vergelijking voorraad info, wat wil de consument?

Internationaal onderzoek naar webshop logistiek: consumenten geven hun mening en webshops logistiek getest.

Simtrec onderzocht dit jaar de logistiek van 550 webshops uit Nederland, UK, Duitsland, Frankrijk en België en vroeg ruim 1000 Nederlandse online consumenten naar hun mening over de logistiek die webshops bieden. Zij hebben aangegeven wat hun logistieke ervaringen en wensen zijn op het gebied van online kopen. Hiermee is het mogelijk om niet alleen de ontwikkeling van de webshop logistiek in Nederland te volgen en te vergelijken met de landen om ons heen, maar ook een vergelijking te maken tussen wat de webwinkels op logistiek vlak aanbieden aan de online consumenten en wat de online consument feitelijk belangrijk vindt.

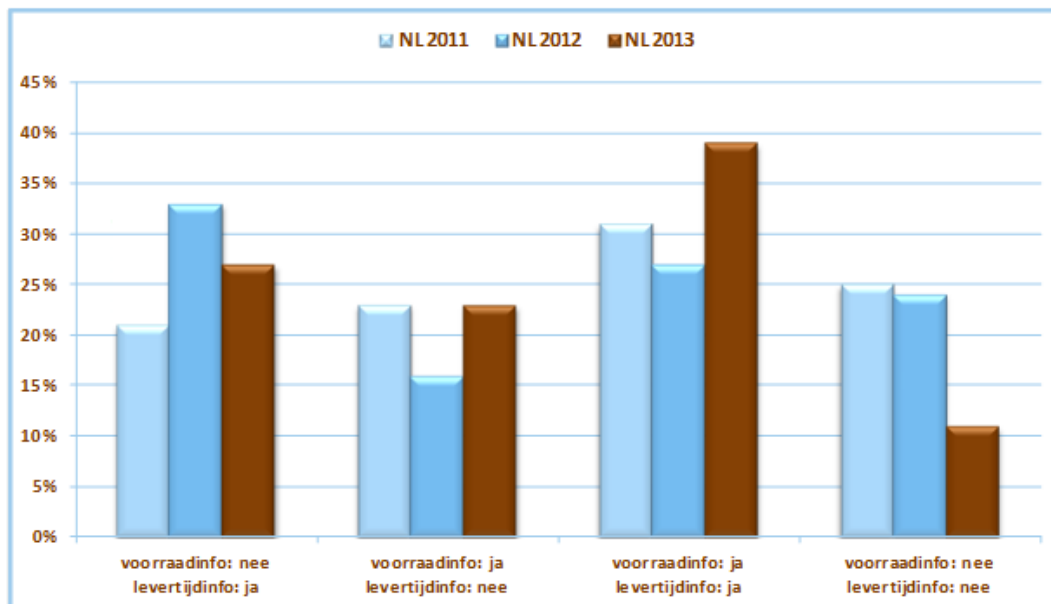
Wat opvalt is dat de Nederlandse webshops op enkele vlakken voorop lopen in vergelijking met andere landen, en op ander vlakken juist ver achter lopen en dus grote risico's lopen om met de internationalisering van online retail die gaande is de boot te zullen missen.

In dit artikel gaan we dieper in op de uitkomsten van het onderzoek met betrekking tot voorraad- en levertijd informatie.

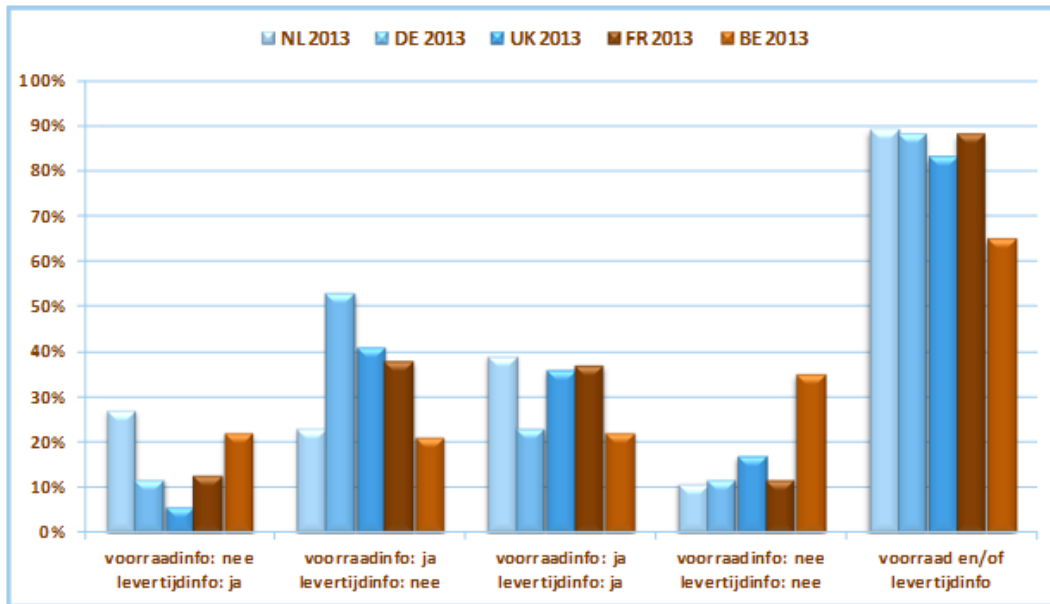
Voorraad-en levertijd informatie:

Welke voorraad/levertijdinformatie geeft de webshop over een product voordat je het product aan het winkelmandje toevoegt ?

Overzicht ontwikkeling NL webshops over het geven van voorraad/levertijd informatie:



Internationaal overzicht over het geven van voorraad/levertijd informatie:

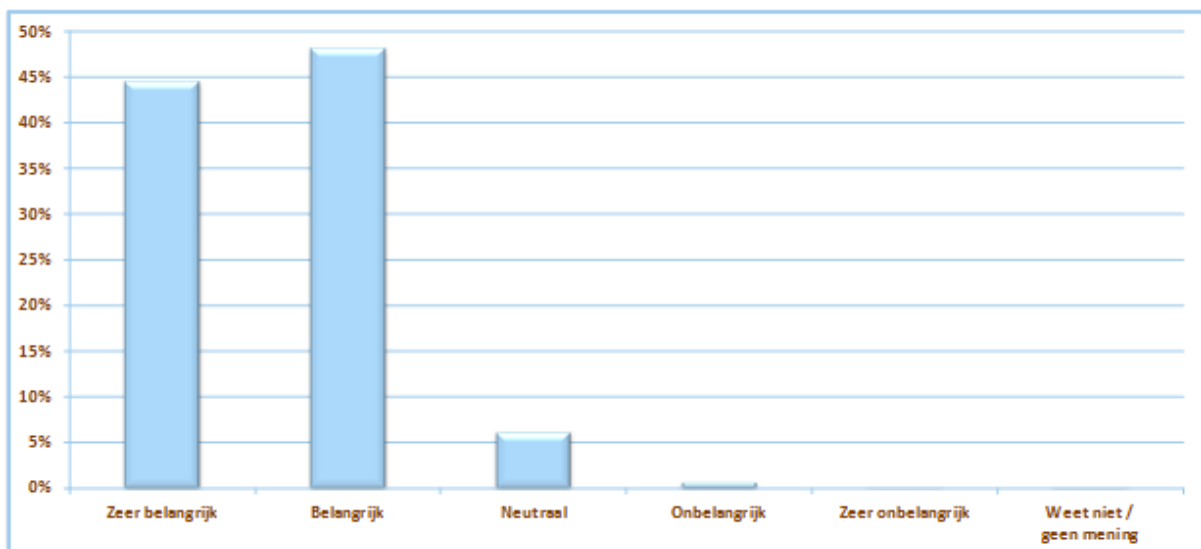


Als we kijken naar de totalen (geeft de webshop geen enkele informatie of wel enige vorm van voorraad en/of levertijd informatie?) zien we dat de Nederlandse webshops het hoogst scoren en dat de Belgische webshops behoorlijk achterblijven. De Nederlandse webshops draaien hier in de top van de **Champions League** mee.

De verschillen op de totalen tussen andere landen zijn klein. Wel zien we dus veel verschillen in de wijze waarop informatie wordt gegeven. Bij de Franse en Britse webshops is er een balans tussen het enkel geven van voorraad info en het geven van zowel voorraad als levertijd info. Bij de Duitse webshop gaat het vooral om het bieden van voorraad info en bij de Nederlandse webshops om het zowel bieden van voorraad als levertijd informatie.

Belang om tijdens het online aankopen te kunnen zien of een artikel op voorraad is

Hoe belangrijk is het voor de consument om tijdens het online aankopen te kunnen zien of een artikel op voorraad is?



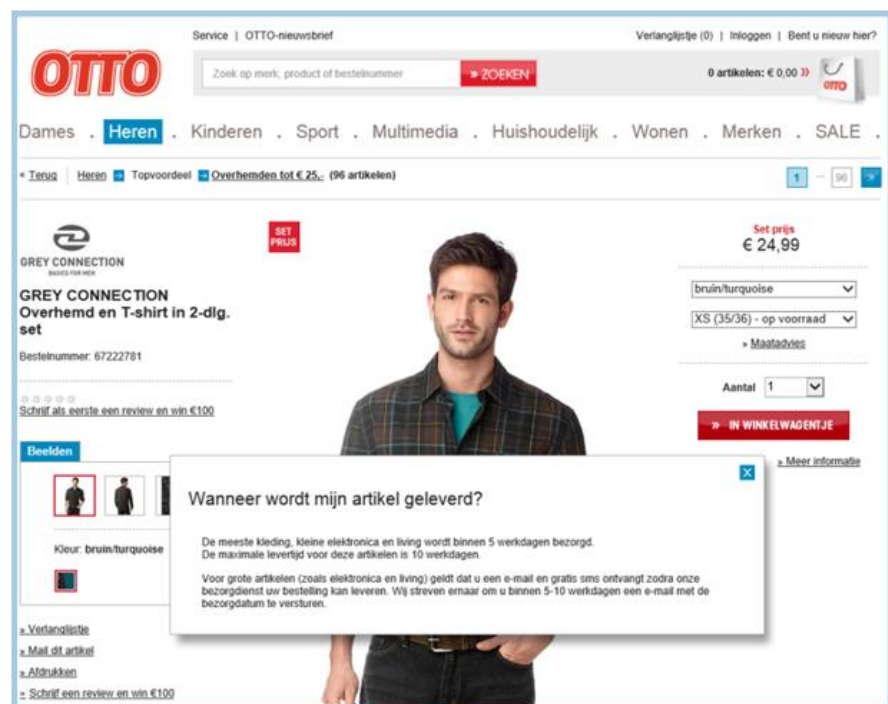
Voor vrijwel alle consumenten (93%) is het (zeer) belangrijk om te kunnen zien of een artikel op voorraad is.

Verder valt in het rapport onder andere de verdere verdieping te lezen welke levertijd acceptabel is wanneer een artikel niet op voorraad is. In ieder geval is het zo dat slechts 8% van de online consumenten niet bereid is om te wachten tot een artikel op voorraad is. Betrouwbare en duidelijke informatie wint het hier dus van snelheid. Nu rijst de vraag of dit ook hetgeen is waar webshops op in spelen. De antwoorden hierop zijn te vinden in het onderzoeksrapport.

Best Practice voorraad en levertijd

Een mooi voorbeeld van hoe een webshop informatie kan geven over het product voordat het in het mandje wordt gelegd is OTTO.

Zij geven aan of een product op voorraad is of niet en als je meer over de levertijd wilt weten komt er met 1 klik een pop-up waarin informatie over de levertijd vermeld staat.



Conclusie

Voor online consumenten is voorraad en levertijdinformatie van groot belang bij de overweging om al dan niet tot aanschaf van een product over te gaan. De aanname dat consumenten alles direct willen hebben kunnen we verwerpen. We concluderen namelijk dat slechts 8% niet bereid is te wachten tot een artikel op voorraad is.