

Expertartikel

Webwinkelen: weinig logistieke keuzes voor online koper



Auteur: Roland Slegers
Geplaatst: 11 feb 2011

De online consument kan nog steeds maar zeer beperkt logistieke keuzes maken zoals het kiezen van meerdere afleveradressen of het kiezen van een aflever-serviceniveau. Distributeurs staan vaak voor een gesloten deur en kunnen het pakket niet afleveren. Dit leidt tot een steeds groter worden ontevredenheid bij online kopers. Maar het kan anders, zegt Roland Slegers.

DeliveryMatch, een aanbieder van logistieke IT-oplossingen voor e-commerce, onderzocht 125 Nederlandse webshops op logistiek gebied. Daaruit bleek het volgende:

- Slechts 25 procent van de webshops biedt de consument de gelegenheid om naast het factuuradres uit meerdere afleveradressen te kiezen.
- Slechts 5 procent van de webshops biedt de consument de gelegenheid om te kiezen uit meer dan 1 vervoerder.
- Slechts 3 procent van de webshops biedt de consument de gelegenheid om een afleverdag- en een aflever tijdsvenster te kiezen.
- Slechts 9 procent van de webshops biedt de consument de gelegenheid om te kiezen voor afhalen op een landelijk afhaalpunt.

Aanbevolen artikelen

Help! Mijn webwinkel is een succes
(Dossier, 26 jan 2011)
Webwinkellogistiek: tijd voor 'Eerste Hulp Bij Verzenden'
(Dossier, 17 jun 2010)

Deze cijfers spreken duidelijke taal! Enkele jaren geleden was het ontbreken van een betrouwbaar betalingsverkeer met keuze mogelijkheden een belangrijke drempel was voor consumenten om online te gaan kopen. Een consumentenonderzoek van eind 2009 laat al zien dat het nu vooral de gebrekkige aflever-logistiek is welke een drempel vormt om online te gaan kopen. Het ontbreekt aan keuze mogelijkheden en betrouwbaarheid. 36 procent van de online kopers geeft aan meer online te zullen gaan kopen als juist deze onderwerpen een sterke verbetering doormaken.

Initiatieven

Hier en daar zie je initiatieven in de markt ontstaan om de afleverservice te verbeteren. Bijvoorbeeld TNT welke met een pilot in de randstad komt waarbij de consument een dag- en tijdvak kan afspreken wanneer de bezorger het pakketje komt afleveren. Selektvracht biedt via Wehkamp afleveren in dagdelen en avonden aan. Ritmo biedt voor webshop Redcoon in samenwerking met SayWhen de mogelijk aan om na het aankopen een afspraak te maken voor een dag en een tijdsvenster. Grotere webshops met een ruime IT capaciteit begrijpen in ieder geval dat de consument de keuze moet hebben over het 'waar' en 'hoe' het pakketje afgeleverd zou moeten worden. Een voorbeeld hiervan is de Bijenkorf. Daar kun je tijdens het aankoop proces een nieuw bezorgadres aanmaken en wijzigen, kiezen uit afleveren door TNT of UPS, kiezen voor afhalen bij Kiala of een filiaal van de Bijenkorf. Allemaal goede initiatieven maar het gaat niet ver genoeg en vaak worden de keuzes op een verkeerde manier of op het verkeerde moment in het proces aangeboden waardoor het beoogde effect van gemak, keuzes en betrouwbaarheid voor de consument niet gerealiseerd kan worden.

Keuze-opties

Wat mij betreft mag het huidige aanbod aan keuze opties in de breedte en diepte nog wel een stuk verder en anders gaan, laten we het rijtje met mogelijke opties eens doorlopen:

- Afleveradres-opties aanbieden zodat de consument flexibel is in het kiezen van de plaats waar het pakketje afgeleverd moet worden.
- Afhaalpunten aanbieden zodat de consument op het moment dat het hem/haar uitkomt het pakketje af kan halen.
- Indien de webshop filialen heeft deze filialen ook aanbieden als afhaalpunt
- De huidige standaard afleverservice aanbieden, echter daarbij wel met de keuze uit meerdere vervoerders zodat de consument ook hier kan kiezen.
- De 'dag-tijdvak' afleverservice aanbieden. Maar dan wel op een dusdanige manier dat de consument deze 'afspraak' kan maken, voordat hij/zij betaalt en dat de afspraak voor de aflevering betrouwbaar is. Er moet 99,9 procent garantie zijn dat het pakketje er dan ook is.

Complexiteit

Met het aanbieden van al deze opties lijkt het logistiek proces alleen maar complexer te worden. Het bieden van meer keuze opties hoeft echter niet direct het kwijtraken van de regie en een efficiënt logistiek proces te betekenen. Het gaat om het bieden van keuzes die binnen de mogelijkheden van de totale Supply Chain passen. Alleen dan kan het ook betrouwbaar uitgevoerd worden. Samenwerking in- en regie over de keten is hiervoor nodig.

Antwoord op het risico van complexiteit

Keuzes mogelijk maken betekent verbinding van een webshop met meerdere logistieke dienstverleners. Standaard IT-platforms kunnen webshops helpen multi-connectiviteit super simpel te maken. Keuzes mogelijk maken betekent het creëren van een heel duidelijke en simpele 'logistieke keuzestap' in het online kopen, van 'winkelmandje' t/m betalen. De integratie van de Supply Chain voor webshops begint dus al IN de webshop.

Logistieke platforms voor- en in webshops

Door het ontwikkelen van standaard koppelingen tussen webshop software pakketten en logistieke platforms zal er een brede samenwerking ontstaan en zullen het niet alleen meer de grote webshops met veel eigen IT capaciteit zijn die erin slagen hun logistiek te organiseren met meer keuze opties, een grotere betrouwbaarheid en een betere regie over de gehele keten.