



Zaterdag 12 maart 2011

Powered by Zoek

Home Supply Chain Productie Warehousing Distributie Servicelogistiek

Logistieke dienstverlening Supply Chain Management
 Voorraadbeheer / Forecasting Personeelsbeleid
 Logistiek Vastgoed Traceability / b2b-integratie

Nieuws Experts / Blogs Vacatures Opleidingen Leveranciers Praktijkverhalen Agenda Overig

Supply Chain - Supply Chain Management

Expertartikel

Webwinkelier: maak kans op de 'luisterbonus'



Auteur: **Roland Slegers**
 Geplaatst: 10 mrt 2011

Verdien een 'luisterbonus' van 36 procent meer sales door als webshop te luisteren naar de online koper. Dan kan, blijkt uit onderzoek van DeliveryMatch. Roland Slegers start met het onderstaande expertartikel een serie artikelen waarin uitgelegd wordt hoe je als webshop aan de groei van die bonus kan werken!

Veel webshops zijn sterk gefocust op het binnenhalen van nieuwe klanten. Ze doen dit door een goed assortiment, goede vindbaarheid bij zoekmachines en het goed scoren op vergelijkingsites. Zo wordt de online koper gestimuleerd om over te gaan tot aankopen. Toch is daarmee de kous niet af. Onderzoek heeft aangetoond dat het beter organiseren van de logistiek voor webshops tot meer aankopen zal leiden. Deze logistiek begint IN de webshop tijdens het aankoopproces, niet er na. Een enkele webshop durft zich kwetsbaar op te stellen door in een gastenboek te vragen naar de mening van de consument. Zij delen deze meningen ook met andere consumenten. Luisteren naar de online koper en hier actie op ondernemen is van groot belang om de beweging naar terugkerende aankopen te krijgen.

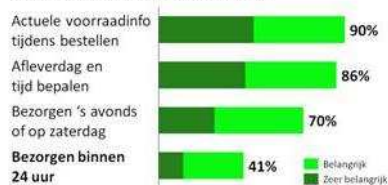
Aanbevolen artikelen

Webwinkelier: weinig logistieke keuzes voor online koper (Expertartikel, 11 feb 2011)
 Software biedt logistieke opties voor webshop (Dossier, 15 feb 2011)

Luistert de gemiddelde webshop naar de consument ?

In een consumentenonderzoek van eind 2009 is aan de online kopers gevraagd naar de wensen m.b.t. voorraad informatie en het afleveren. Het overgrote deel van de online kopers gaf hierbij aan dat het krijgen van actuele voorraad informatie zeer belangrijk is:

Voorkeuren t.a.v. bestelling en levering



In hetzelfde consumenten onderzoek is specifiek gevraagd naar voorkeuren bij het kiezen van een aflevermoment. 57% geeft aan dat het kiezen van een tijdvak van 2 uur de voorkeur heeft:

Voorkeuren t.a.v. tijdvak kiezen



Wanneer je deze wensen t.a.v. bestelling en aflevering afzet tegen een recent onderzoek waarbij de logistiek van 125 webshops geanalyseerd is, blijkt dat er nog een lange weg te gaan is:

- Slechts 50% van de webshops geeft duidelijke voorraad informatie aan de online koper;
- Slechts 3% biedt de keuze voor een afleverdag en-tijdvak .

Het is van groot belang om te weten wat je klant wil en daar dan ook iets mee te doen! Waarom geef je geen duidelijke voorraad informatie als je weet dat 90% van de online kopers dit belangrijk vindt? Ben je bang dat het product anders niet verkocht wordt? Denk je dat iemand die 'verrast' wordt door wekenlang wachten nog eens terugkomt? En waarom geen mogelijkheid voor het kiezen van een dag-tijdvak? Zie je op tegen de complexiteit? Natuurlijk is er die, maar daar zijn inmiddels oplossingen voor. Ook hier zal goed luisteren naar je klant nieuwe kansen genereren.

Verder is in het onderzoek gevraagd naar het belang van snel afleveren voor de online koper. Hieruit blijkt dat dit voor witgoed en huishoudelijke apparaten erg belangrijk is en voor verzorgingsproducten juist weer niet. De levertijd informatie moet daarbij natuurlijk wel voor het aankopen beschikbaar zijn voor de online koper. Alleen dan kan deze zien of de webshop kan voldoen aan zijn/haar wensen:

Gratis nieuwsbrief

Abonneer u nu op de nieuwsbrief van Logistiek.nl en ontvang wekelijks het logistieke nieuws in uw postbus!

Nieuwsbrief Logistiek

Ga verder



Alles voor uw magazijn.nl

Direct uit voorraad leverbaar.

Daimler Fleet Management

Ook leaseoffertes voor kleine wagenparken

Welkom bij het nieuwe PSION.

Adaptive, Modular & Ingenious.

Logistieke bewegwijzering

'We change Wherehouses into Warehouses'

ADVANCED STORAGE SOLUTIONS

De experts voor compacte magazijnrichtingen

Houdt u grip op uw transport & temperatuur?

Klik hier voor de oplossing

Leren op basis van uw eigen ervaring?

Erkende opleiding Logistiek Management.

Wij hebben grootse ambities. Jij ook?

Kom erbij en bouw mee aan onze toekomst!

TimoCom - Transport met toekomst

Transporten efficiënt online aanbesteden

Voor elk logistiek proces de oplossing

WMS, Douane, Voicepick, Logistieke Scan

Opleidingen

Supply Chain Management (SCM) (27)

Supply Chain Management
 Certified Supply Chain Professional (APICS/CSCP)
 Supply chain management

[Meer...](#)

Meer opleidingen

Tools

Digiscan Logistiek

Met de Digiscan kunnen bedrijven nagaan welke milieumaatregelen passen in hun strategie. ...

Hoe volwassen is uw supply chain?

Hoe volwassen is uw bedrijf op het gebied van supply chain management. Neem vijftien ...

[Toon alle tools](#)

Boeken

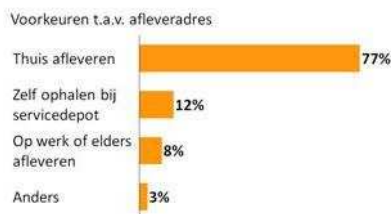


Wanneer je deze wensen t.a.v. snelle levering afzet tegen een recent onderzoek waarbij logistiek van 125 webshops geanalyseerd is, blijkt dat er nog niet goed geluisterd wordt naar de online koper:

- Slechts 49% geeft concrete levertijd informatie aan; 'vandaag voor X uur besteld, morgen in huis';
- Slechts 29% geeft levertijdinformatie op de home page;
- In dit onderzoek werden webshops aangetroffen die witgoed verkopen, maar helemaal geen levertijdinformatie gaven.

Waarom niets inrichten voor 'haastige klanten' wanneer je witgoed verkoopt en de meerderheid van de online witgoedkopers (51%) het wel belangrijk vindt om snel over het product te kunnen beschikken? En wat als de webshop belooft de volgende dag af te leveren? Blijft de consument dan de hele dag thuis? Of als de webshop belooft om het de volgende dag af te leveren, maar het lukt niet? Waarom niet de juiste verwachtingen scheppen en levertijd informatie duidelijk en op de Homepage weergeven. Het lijkt erop dat de gemiddelde webshop nog niet 'in beeld' heeft dat goede, betrouwbare logistiek zal leiden tot meer omzet!

Als laatste is in het onderzoek aan de online koper gevraagd waar deze het liefst de producten afgeleverd wil hebben:



Hieruit blijkt dat het overgrote deel van de online kopers het product thuis afgeleverd wil krijgen. Hieruit blijkt echter ook dat 23% van de online kopers alternatieve afleveradressen wil. Wanneer je deze wensen t.a.v. afleveradres afzet tegen een recent onderzoek waarbij de logistiek van 125 webshops geanalyseerd is, blijkt dat er niet goed geluisterd wordt naar de online koper:

- 60% van de webshops biedt slechts 1 alternatief aflever adres;
- Slechts 9% biedt een landelijke afhaalpunten organisatie aan.

Waarom geven webshops onvoldoende gehoor aan deze wensen? Is er de angst dat processen te complex zullen worden? Ook hier lijkt het er op dat de gemiddelde webshop nog niet 'in beeld heeft' dat het bieden van keuzes voor de online koper zal leiden tot meer omzet!

Luisteren naar de klant is ook accepteren dat ca. 75% van de consumenten wel een betere service wil, maar er niet voor wil betalen. Maar het betekent ook, dat naar verwachting 15-20% van je klanten wel wil betalen voor een logistiek hoogwaardiger product. Het betekent m.i. ook niet dat we massaal gratis afleveren moeten gaan aanbieden. Een goede service mag wat kosten!

Een vergelijking met wensen van de online koper in de UK

Bron is een onderzoek van de IMRG, de Britse Thuiswinkel organisatie.

Logistieke barrières om online te kopen in de UK (2010):

- 50% noemt de grote kans om niet thuis te zijn bij aflevering;
- 35% noemt het niet beschikbaar zijn van passende afleverservice-opties;
- 15% noemt het slechts beschikbaar zijn van 1 afleveradres optie.

Logistieke wensen die het online kopen stimuleren in de UK (2010):

- 79% noemt het online kunnen tracken van de order;
- 75% noemt het betrouwbaar kunnen kiezen voor een aflever dag-tijdvak;
- 63% noemt de mogelijkheid om 's avonds en op zaterdag af te kunnen leveren.

De meeste wensen en barrières komen in de UK wel overeen met die in Nederland. Opvallend is wel dat in Nederland nog geen concreet onderzoek is gedaan naar de behoefte aan actuele order status informatie, en in de UK wel.

Andersom is in de UK nog geen onderzoek gedaan naar de behoefte aan actuele voorraad informatie, en in Nederland weer wel. Ondanks het feit dat ook voor de Britten nog wat te wensen over blijft als het gaat om de logistiek voor e-commerce is er de laatste 3 jaar op bijna alle onderwerpen een positieve ontwikkeling te zien en staat logistiek voor e-commerce daar ook echt op de agenda.

Zo ben ik zelf kortgeleden tijdens een congres in Londen getuige geweest van een open discussie tussen retailers, vervoerders en andere dienstverleners. Deze discussie ging over de prestatie van de webshops en dienstverleners tijdens de kerstperiode 2010. Belanghebbenden werken daar samen om deze prestatie in de kerstperiode 2011, ook met slecht weer, optimaal te krijgen!

De luisterbonus

Wanneer webshops ertoe over durven gaan om te luisteren naar de online koper dan levert dat ook wat op! Het te verwachten effect op sales is dat 36% van de online kopers meer online zal gaan kopen. Noem het maar 'de luisterbonus'.

De webshop kan eenvoudig aan informatie komen over de wensen van de consument. Zo is het zeker het overwegen waard om een gastenboek in de webshop aan te bieden. Daag de online koper actief uit tot het geven van feedback! Neem kennis van nationaal en internationaal onderzoek naar logistieke wensen van de online koper.

Deel dit artikel via: | [Meer opties](#)

8 Reacties [Afdrukken](#) [Doorsturen](#) [Reageer](#)

Reacties (8)



★ Risicomanagement en logistiek

10 feb 2009

Auteur: Bart Lammers, Walther Ploos van Amstel en Pascal Eijkelenbergh
Uitgever: Pearson Education Benelux



★ Logistiek tussen de bedrijven door, de winst van samenwerking

19 mrt 2010

Auteur: B. Lammers, H. van Rijswijk, P. van der Sterre
Uitgever: Kerckebosch

Praktijkboek supply chain management

26 mrt 2010

[Meer boeken supply chain management](#)

Informatiepakketten

SCM

Via onderstaande pagina moest u in het verleden toegang aanvragen voor het exclusieve dossier over het selecteren van supply chain-software. Per januari 2011 is dit niet meer nodig en is het betreffende dossier voor iedereen vrij toegankelijk.

[Gratis informatiepakket scm](#)