



Van klikken naar bezorgen

Maar liefst 8,65 miljoen mensen kopen in Nederland online. Een omvangrijke groep die bovendien steeds frequenter bestelt. Hoe zorgt u er nu voor dat kopers juist bij ú terugkomen voor een nieuwe bestelling? Uiteraard door goede producten te verkopen tegen scherpe prijzen en door te zorgen voor een aangename online winkeldomgeving en een goede klantenservice. Een zeer belangrijke rol is ook weggelegd voor de bezorging van uw producten. Want hoe sneller en betrouwbaarder de bezorging plaatsvindt, des te meer ervaart de klant uw webwinkel als prettig en des te vaker zal hij terugkomen.

D De bezorging volledig afstemmen op de klantwens gaat gepaard met interessante uitdagingen. Veel webshoppers willen het liefst de dag na de aankoop hun product ontvangen. Het onderzoek Thuiswinkel Markt Monitor, uitgevoerd door Blauw Research in samenwerking met Thuiswinkel.org, onderstreept dit: 46 procent van de webshoppers wil hun bestelling binnen een etmaal in huis hebben. Logischerwijs zal deze groep eerder bij u bestellen als u aan deze wens tegemoetkomt.

Een andere reden waarom klanten bij u terugkomen, is de betrouwbaarheid van uw webwinkel. En ook dat wordt mede bepaald door uw vervoerder. Als webwinkelier hebt u namelijk zelf geen persoonlijk contact met uw klant en moet u kunnen vertrouwen op de betrouwbaarheid van de vervoerder, uw visitekaartje. Als het gaat om uw imago, dan is het vervoer minstens even belangrijk als een vlekkeloze werking van uw webwinkel. Samen bepalen ze de tevredenheid van uw klant. Is uw klant niet tevreden over de bezorgwijze, dan

komt hij wellicht niet terug in uw webshop. Niet voor niets geeft de Thuiswinkel Markt Monitor aan dat 58% van de consumenten waarde hecht aan betrouwbaarheid van levering. Als webwinkel moet u hierop attent zijn. Hoe willen uw klanten hun bestelling bezorgd hebben?

Bezorgservice op maat

Een flexibele bezorgdienst is ook noodzakelijk omdat veel webshoppers hun product 's avonds of op zaterdag in ontvangst willen nemen. Tijdens kantooruren zijn veel mensen immers niet thuis. Ook hierbij is dus de rol van een pakketvervoerder doorslaggevend. TNT Post Pakketservice levert bijvoorbeeld 99% van alle standaard zendingen in 2 bezorgpogingen af, dus ook in het weekend. Daarnaast willen veel kopers actuele informatie over de status van hun aankoop. Vanaf het moment dat de bestelling wordt geplaatst totdat de klant het pakket in ontvangst neemt. Via track-and-trace biedt u kopers het gewenste inzicht.



De zeven bezorgwensen van de consument

De Thuiswinkel Markt Monitor onderzocht waar kopers de meeste waarde aan hechten op het gebied van levering en waarom zij kiezen voor een bepaalde webshop. De meest genoemde punten zijn:

- Betrouwbaarheid van de levering (58%)
- Snelheid in levering (46%)
- Tijdstip van bezorging (43%)
- Keuze voor bezorging in avond (31%)
- Mogelijkheid tot het volgen van een pakket (27%)
- Goede klantenservice (23%)
- Uitstraling van de pakketchauffeurs (19%)

(* Bron: Thuiswinkel Markt Monitor 2009-2)

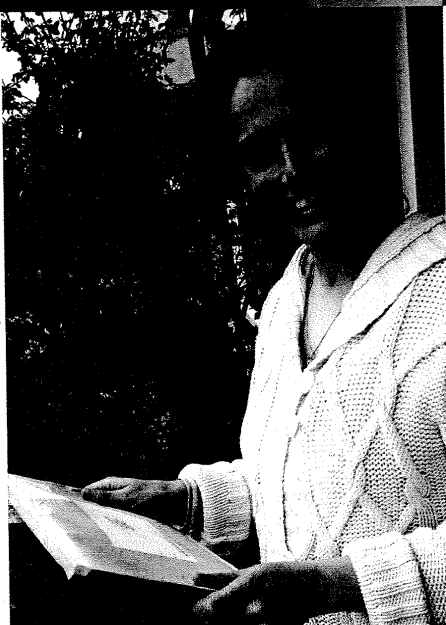


‘Als uw klanten tevreden zijn over de bezorging, is de kans groot dat ze terugkomen’

De klant wil zelf bepalen

Dat de klant steeds veeleisender wordt, toont het onderzoek van Ruigrok Netpanel en Thuiswinkel.org aan. Hieruit blijkt dat 87% van de online kopers een bezorging wenst op het moment dat hun het best uitkomt. 36% van de kopers zou zelfs méér bestellen als de bezorgservice op een dergelijke manier bij hun wensen aansluit.

Deze factoren tonen duidelijk aan dat u de kans op herhalingsaankopen vooral kunt verhogen door de juiste pakketdienst te kiezen. Want hoe klantgerichter de bezorging verloopt, des te groter de kans dat iemand opnieuw bij u aanklopt. Reden genoeg om de wensen van uw klanten eens te inventariseren en te bespreken met uw pakketvervoerder. U zult zien: als de pakketvervoerder u in deze wensen tegemoetkomt, levert het u een aantoonbaar hogere conversie op. ¶



Ergernis #1: bezorgen als ontvanger niet thuis is

Het bezorgen op momenten dat de ontvanger niet thuis is, vormt ergernis nummer één onder klanten van webwinkels. TNT Post Pakketservice springt hierop in met de dienst PakjeGemak.

Met deze dienst kunnen consumenten zelf een afhaalpunt kiezen voor hun pakket. Daarnaast gaat TNT een dienst introduceren waarbij klanten daadwerkelijk zelf kunnen bepalen op welk tijdstip en op welke dag hun aankopen worden afgeleverd. De consument krijgt hierbij



TNT Post Pakketservice

TNT Post Pakketservice is marktleider in pakketten-distributie binnen de Benelux. Dagelijks bezorgt het zo'n 400.000 pakketten. Daarvan krijgt gemiddeld 98% binnen 24 uur een eerste bezorgpoging. Tijdens de bezorging houdt TNT Post Pakketservice zo veel mogelijk rekening met het leefpatroon van de klant. Zo bezorgt het in de middag, in de avond, op zaterdag of op verzoek bij de bureaus.

www.tntpostpakketservice.nl

afleveropties en een indicatie van het tijdvak waarin de pakketchauffeur langskomt. Dit najaar start een pilot van deze 'ontvangersservices'. Als die succesvol is, wil het bedrijf deze dienst landelijk aanbieden.