

‘Nederlandse webshops stellen te vaak teleur'

17-07-2008 00:00

Vier op de tien Nederlandse online consumenten heeft wel eens een bestelling, levering of betaling mis zien gaan. Dat concludeert directeur ict leadership Jacob Verschuur van Ernst & Young uit de donderdag gepubliceerde ICT Barometer van het bedrijf.

Het wordt tijd dat Nederlandse thuiswinkelbedrijven actie gaan ondernemen, omdat de Europese concurrentie steeds verder toeneemt, meent Verschuur. De grootste ergernissen zijn: hoge verzendkosten (58 procent van de ondervraagden), het tijdstip van aflevering (37 procent), het niet voorradig zijn van een product (33 procent), inefficiënte betalingswijze (19 procent) en te late levering (18 procent).

De grote ontevredenheid onder Nederlandse webshoppers is 'opvallend', vindt Verschuur. Hij stelt dat de ergernissen eenvoudig te voorkomen zijn. "Vertrouwen komt te voet en gaat te paard in deze branche. In een fysieke winkel kun je met een lach en een verontschuldiging veel goedmaken. Dat is bij webshops niet het geval."

Volgens Verschuur doen Nederlandse webwinkliers er goed aan foutenanalyses te maken.