

'Webwinkels vaak niet op één lijn met de klant'

24-10-2014 00:00

De verzendopties die online retailers aanbieden sluiten lang niet altijd aan op de behoeften van de klant. Enerzijds bieden retailers verzendopties waar consumenten niet op zitten te wachten, terwijl gewilde diensten juist niet beschikbaar zijn. Dat concludeert de Britse softwareleverancier OrderDynamics uit onderzoek van Opinion Matters onder tweeduizend consumenten en zestig retailers.

Meer dan de helft van de online shoppers wil een exacte datum en tijdstip voor hun bezorging horen, maar slechts vijftien procent van de retailers vertelt hen dat. De meest gevraagde bezorgoptie is daarmee één van de minst aangeboden diensten die zijn onderzocht.

Een andere veelgevraagde verzendoptie is de mogelijkheid om een product in een winkel te reserveren om het bijvoorbeeld te passen. 45 procent van de ondervraagden wil daarvoor inzicht krijgen in de actuele voorraad van winkels. Elf procent van de retailers biedt klanten die mogelijkheid ook daadwerkelijk. Verder wil een op de drie consumenten gebruikmaken van click & collect, een dienst die door 46 procent van de retailers wordt aangeboden.

Nextday-delivery is inmiddels beschikbaar bij 61 procent van de retailers, waarmee het de meest voorkomende verzendoptie is naast standaard bezorging. Tien procent van de consumenten wil voor die dienst extra betalen. Zeven procent is bereid geld neer te leggen om producten binnen twee uur thuis te krijgen.

Consumenten willen eerder precies weten wanneer ze een product krijgen, dan dat ze zich aangetrokken voelen tot nextday-delivery, concludeert cmo Kevin Sternecker van OrderDynamics. Retailers kunnen daar echter niet aan voldoen, omdat ze hun online activiteiten veelal apart houden van hun fysieke winkels. "Voor veel retailers is het daardoor te ingewikkeld om specifiek te vermelden of een product voorradig is en wanneer die bezorgd kan worden."