Klant rekent webwinkel af op late decemberbezorging

13-11-2014 07:45

Een te late levering van sinterklaas- of kerstcadeaus is voor eenderde van de consumenten reden om nooit meer bij de betreffende webwinkel te shoppen. Dat blijkt uit onderzoek van Blauw Research onder 553 online shoppers in opdracht van Manhattan Associates, dat in het novembernummer van RetailTrends verschijnt.

Vorig jaar bleek de drukte rond de feestdagen veel webwinkels voor leverproblemen te stellen. Een half miljoen pakketten werden toen niet op tijd bezorgd. Dit jaar geeft 29 procent van de online shoppers aan bepaalde cadeaus in fysieke winkels te kopen om in ieder geval zeker te zijn van de beschikbaarheid.

Webwinkels die de hausse aan decemberaankopen goed willen verwerken, dienen volgens Manhattan Associates allereerst te zorgen voor een schaalbare operatie. Het aantal bestellingen kan immers stijgen tot het tien- of twintigvoudige van het gemiddelde. Op de drukste tijden kunnen daarnaast andere cutoff-tijden worden gehanteerd. Daardoor hebben consumenten realistischere verwachtingen, terwijl in de magazijnen minder bestellingen op het laatste moment worden verwerkt.

In het novembernummer van RetailTrends staan meer adviezen om de decemberdrukte beheersbaar te houden. Zo kunnen webwinkels hun klanten extra geld berekenen voor een aflevergarantie. Een kwart van de online shoppers is namelijk bereid om hogere verzendkosten te betalen als dat betekent dat hun bestelling op tijd wordt bezorgd.

Het novembernummer van RetailTrends verschijnt eind deze week met EtailTrends 6. Klik hier voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.