

Onprofessionele leveranciers dwingen Fonq tot crossdocking

01-06-2015 22:00

Fonq moet vanwege onprofessionele leveranciers het grootste deel van zijn assortiment op voorraad houden. Dat vertelt ceo Patrick Kerssemakers in het meinumner van RetailTrends.

Fonq kijkt naar eigen zeggen heel rationeel naar de kosten om een artikel op voorraad te leggen. "We analyseren alles: van de gemiddelde ordergrootte, de verzendkosten en het retourpercentage tot de marge. Het maakt bijvoorbeeld nogal wat uit of de marge op een artikel tien procent bedraagt bij dropshipping of twintig procent als we het zelf uitleveren", aldus Kerssemakers.

De webwinkel houdt desondanks negentig tot 95 procent van zijn assortiment op voorraad. Dat komt deels door hoge verwachtingen van consumenten en deels door de vaak beperkte mogelijkheden van leveranciers. Fonq werkt met ongeveer vijfhonderd leveranciers. "Daar zitten bedrijven met een miljardenomzet tussen, maar ook papa- en mamabedrijven." Die kunnen niet allemaal consumentenorders uitleveren en bijbehorende service bieden, stelt Kerssemakers. "En als ze aangeven dat wel te kunnen, doen ze het meestal niet goed."

Daarnaast heeft het speelveld waarin Fonq opereert, een rol in deze voorraadstrategie. "In onze markt hebben we gewoon te veel onprofessionele leveranciers. Dan maak je andere keuzes dan in de ICT-branche, waarin zelf voorraad aanhouden gezien de lage marges geen optie is." Ook boeken en tuinhuisen lopen niet via het magazijn van de etailer. "Voor het overgrote deel van ons assortiment hebben we echter geen keus", aldus Kerssemakers.

In het meinumner van RetailTrends gaan retailers in op de voor- en nadelen van crossdocking en dropshipping. Ook de verschillende voorraadstrategieën voor omnichannel retailers en pure players worden belicht. "Veel webwinkels hebben medewerkers die op een meer analytische wijze naar het assortiment kijken en zeer rationele keuzes maken", ziet directeur Peter Bocken van Slimstock Retail. "Dat is fundamenteel anders dan bij traditionele retailers." Het meinumner van RetailTrends verscheen met EtailTrends. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.