

Moeten we geld gaan vragen voor click & collect?

24-07-2015 08:38

De verbazing was groot toen John Lewis bekendmaakte geld te gaan vragen voor het afhalen van online bestellingen in de winkel. Vooral klanten spraken er schande van. Wanneer ze nog geen dertig pond uitgeven, moeten ze namelijk twee pond extra neerleggen om het pakketje vervolgens helemaal zelf op te halen.

John Lewis was in 2008 één van de eerste grote retailers die click & collect introduceerde. De 350 duizend orders die in dat jaar werden ontvangen groeide in zeven jaar uit tot zes miljoen. Inmiddels wordt ruim de helft van de online bestellingen in een warenhuis opgehaald, waarmee het veruit de populairste â€˜bezorgmethodeâ€™ is.

De logistieke kosten voor het verzamelen van kleine orders, zoals lipstick of loombandjes, rijzen echter de pan uit. In tegenstelling tot retailers als Argos maakt John Lewis namelijk geen gebruik van de lokale voorraad, maar worden de pakketten vanuit centrale locaties naar de winkels verstuurd. Die situatie is onhoudbaar voor kleine bestellingen, zegt managing director Andy Street. â€œWe beschouwen onszelf als leiders en we willen ook hierin de leiding nemen.â€

Tesco

John Lewis lijkt inderdaad een balletje aan het rollen te hebben gekregen. Niet lang na de stap van de warenhuisketen kwam Tesco met de mededeling de minimale ordergrootte voor gratis click & collect te verhogen van 25 naar veertig pond. De vier pond bijbetaling leidde ook bij de supermarktketen tot [verbolgen reacties](#). Van â€˜Think I need to change supermarketsâ€™ tot â€˜No thank you. Iâ€™m offâ€™.

De grote vraag is dan ook: is het slim om geld te vragen voor click & collect? Omdat bij de meeste online bestellingen bij John Lewis toch al meer dan dertig pond werd uitgegeven, zal het toch amper wat uitmaken? Bovendien bestaat de kans dat consumenten meer uitgeven bij John Lewis, omdat ze aan de grens van dertig pond willen komen.

Hoofd e-commerce Stuart McMillan schoenenketen Schuh is daar [niet zo zeker](#) van. â€œIk denk dat click & collect minder populair wordt, terwijl dat over het algemeen wordt gezien als een goedkope optie en het ervoor zorgt dat er minder hoeft te worden thuisbezorgd. Daarnaast kan het een negatieve invloed hebben op de fysieke verkopen, die je hebt wanneer mensen hun pakket in de winkel komen afhalen.â€



Click & collect wordt door sommige retailers vooral aangegrepen om 'ophalers' te stimuleren tot extra aankopen in de winkel, betoogde marketingmanager Alvar Piepers van Paazl eerder al op [RetailWatching](#). Cijfers laten bijvoorbeeld zien dat 45 procent van de consumenten extra aankopen doet tijdens het afhalen. John Lewis zet volgens hem juist in op snel afhalen, bijvoorbeeld met click & collect-balies dicht bij de ingang. â€œEr werd zelfs een app ontwikkeld die via gps herkent of een klant in de buurt van de winkel is, zodat medewerkers een pakketje vast klaar kunnen leggen.â€

Volgens McMillan laat House of Fraser juist zien hoe het moet, door slechtlopende afdelingen te voorzien van een click & collect-punt om daar zo meer bezoekers te trekken. In de meeste gevallen geven retailers bestelling af bij de servicebalie, weet Piepers. â€œDeze vinden we in de Amsterdamse Bijenkorf bijvoorbeeld op de vijfde etage. Unieker is de aanpak van Neiman Marcus. Online klanten van dit luxe warenhuis mogen 'Als de afdeling aanwijzen waar ze hun bestelling willen ophalen vanuit het idee 'als iemand schoenen afhaalt, dan is de kans groot dat diegene ook iets anders wil passen op de schoenenafdeling'.â€

Nederland

Piepers kent geen voorbeelden van Nederlandse retailers die geld rekenen voor click & collect. â€œIk vind de keuze van John Lewis en Tesco dan ook opzienbarend.â€ Hij wijst op recent [onderzoek](#) van JDA, waaruit blijkt dat 57 procent van de click & collect-klanten voor die optie kiest om onder de verzendkosten uit te komen. â€œDit soort cijfers zien we ook terug in een studie van [Royal Mail](#). Zij vroegen consumenten onder meer â€˜stel dat beide opties gratis zijn, kies je dan voor click & collect of thuisbezorging?â€™. Slechts dertien procent koos in dat geval de

afhaalmogelijkheid. Kortom: de behoefte van klanten aan click & collect lijkt vooral een behoefte aan gratis.â€

Om toch gratis te kunnen leveren adviseert Piepers eerder om de levertijd terug te schroeven.â€œNu liggen de click & collect-orders bij John Lewis bijvoorbeeld al de volgende dag om twee uur klaar. Volgens mij wil de consument best iets langer wachten in ruil voor gratis levering. Een goede optie is dan om click & collect-orders mee te sturen met de reguliere winkelbevoorrading.â€