

'Zet online shopper aan het bezorgstuur'

17-09-2015 09:57

Retailers, bezorgers en online shoppers moeten intensiever samenwerken om de 'last mile' te verduurzamen. Dat zegt Walther Ploos van Amstel, lector City Logistics aan de Hogeschool van Amsterdam, in het septemбернаummer van EtailTrends.

Webwinkels moeten hun klanten meer de regie geven over het bezorgproces. Consumenten kunnen bijvoorbeeld aangeven wanneer ze thuis zijn om hun bestelling te ontvangen, zegt hij. "Nu biedt maar tien procent van onze webwinkels deze optie. Sterker, crossborder-opererende partijen zoals Amazon.com, doen dit in Nederland helemaal niet", aldus Ploos van Amstel.

Volgens onderzoek van TU Delft is zestig procent van de stedelingen thuis als een koerier voor de eerste een bestelling bezorgt. Vaak wacht pakketbezorgers dus een tweede rit, met als gevolg meer kosten en luchtvervuiling. Ploos van Amstel is daarom voorstander van drop-off-point bezorging. Pakketten worden dan bij een dc aan de rand van een stad verzameld en via fietskoeriers als [Bubble Post](#) thuisbezorgd. Deze bezorgmethode is volgens onderzoekers met 3,3 cent per pakje goed voor de laagste milieukosten.

Drone-bezorging is volgens Ploos van Amstel totaal niet interessant voor retailers. Drones hebben onder meer te weinig laadvolume. "En stel ik ben niet thuis. Blijft hij dan uren boven mijn wijk circuleren? In de retail zijn drones leuk voor pr-stunts, maar meer niet."

In EtailTrends 5 wordt in het thema Logistiek verder ingezoomd op de ontwikkelingen in de pakketbezorging en de uitdagingen rond de 'last mile'. Hoe ga je bijvoorbeeld om met de wirwar aan regels bij pakketverzenders? Een aantal overwegingen op een rij. Verder een mondiaal rondje drones en voorraadbeheer bij New Cakes. Klik [hier](#) voor informatie over een abonnement op EtailTrends.