

'Consument heeft weinig te kiezen voor last mile'

11-04-2016 14:31

Nederlandse consumenten krijgen in webwinkels vooralsnog weinig bezorgopties voorgeschoteld. Hoewel logistiek dienstverleners een breed scala aan serviceopties bieden, geeft nog geen kwart van de webshops consumenten de keuze in bijvoorbeeld de dag of tijdslot van bezorging. Dat blijkt uit de GfK Pakkettenmonitor, die onder vijftienhonderd consumenten en 750 webshops is uitgevoerd.

Webshops geven consumenten volgens het onderzoeksbureau wel vaak de mogelijkheid om pakketten af te halen op een zelf aan te geven locatie. 35 procent van de consumenten geeft aan dat ook daadwerkelijk te willen. 88 procent van de ondervraagden weigert daarvoor extra te betalen.

72 procent van de consumenten wil ook het moment van de bezorging kunnen bepalen. Een kwart van de ondervraagden is daarbij bereid extra te betalen voor levering op dezelfde dag. Een twee urenbezorging is volgens driekwart van de consumenten dan weer niet nodig.

Consumenten geven verder aan het belangrijk te vinden dat pakketten op tijd en beschadigd geleverd worden (97 procent) en dat de webshop over een eenvoudig en kosteloos retourproces beschikt (89 procent). Andere belangrijke factoren zijn een eenvoudige bestelmethode en duidelijke communicatie tijdens het proces. De logistieke vervoerder is volgens GfK voor de consument dan weer niet van belang.