

Supersnel bezorgen doe je zo

10-10-2016 09:07



Consumenten maken er nog niet massaal gebruik van, maar steeds meer etailers en logistieke partijen nemen een voorschot op sameday-delivery. Zo maakte bol.com donderdag bekend voortaan nog op dezelfde dag te leveren. Marcel te Lindert onderzocht in het zomernummer van EtailTrends al welke mogelijkheden er zijn om supersnelle bezorging aan te bieden? Eén ding is duidelijk: als het gaat om aflevering binnen één of twee uur zijn retailers met fysieke winkels in het voordeel.

Hoewel de ingrediënten kunnen verschillen, bestaan voor sameday-delivery in feite slechts twee recepten. Het meest gebruikte recept in Nederland is het instellen van een extra cut-offtijd naast de bestaande cut-offtijd in de late avonduren. Dat is ook het recept van Coolblue. Klanten die voor middernacht bestellen, ontvangen hun smartphone of videocamera de volgende dag. Wie echter al voor drie uur 's middags op de bestelknop klikt, kan zijn product diezelfde avond al in huis hebben.

Het andere recept is dat van Amazon met zijn Prime Now-service, die na de grote steden in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland nu ook in Parijs wordt gelanceerd. Wanneer de consument bestelt, maakt bij Amazon niet uit. Hij ontvangt zijn bestelling altijd binnen één of twee uur.

Dat het eerste recept in Nederland zo populair is, is niet vreemd. Het is verreweg het meest eenvoudige recept. Webwinkels kunnen gebruik blijven maken van hun bestaande distributiestructuren en hoeven geen extra voorraden of voorraadpunten aan te leggen. Ze kunnen vanuit hun bestaande magazijnen opereren en creëren

alleen een extra piek in het orderpickproces.

In het geval van Coolblue vertrekken de vrachtauto's binnen een half uur na de cut-offtijd van drie uur in de middag vanaf de magazijnen in Tilburg en Capelle aan den IJssel richting pakketvervoerder. Dat betekent dat om drie uur zo nodig al het andere werk in de warehouses wordt stilgelegd om de laatste sameday-orders op tijd te verzamelen, te verpakken en te verzenden.

Pieken

Hoewel van een efficiënt orderverzamelp proces op zo'n piekmoment allerm minst sprake is, biedt een extra cut-offtijd in de middaguren voordelen. Het verlaagt de druk op de avondploeg die om middernacht een soortgelijke, maar nog veel grotere piek beleeft. Ook dan staan de vrachtauto's bij wijze van spreken met brullende motoren te wachten op de laatste pakketten. Hoewel het aantal sameday-delivery's volgens Coolblue in absolute aantallen nog gering is, draagt de snelle bezorging dus bij aan verlaging van de middernachtelijke piek en een betere verdeling van de werkl a st in de magazijnen over de dag. Dat betekent dat op piekmomenten in het magazijn minder flexkrachten nodig zijn. Anders gezegd: sameday-delivery helpt om de magazijnkosten te verlagen.

Andere etailers in ons land hanteren hetzelfde recept als Coolblue, alleen met andere ingrediënten. Zowel Wehkamp als bol.com hebben allebei hun cut-offtijd een stuk vroeger gelegd, al op het middaguur. Wehkamp laat deze bestellingen voor twee euro extra door DHL Parcel 's avonds thuis afleveren. Bol.com vraagt voorlopig 1,99 euro extra voor bezorging op dezelfde dag. Voor hetzelfde bedrag kunnen consumenten hun pakketje na vijf uur 's middags zelf afhalen in de dichtstbijzijnde Albert Heijn-vestiging. Die orders worden bij de supermarkten afgeleverd door Same Day Express, een divisie van logistiek dienstverlener Parts Express dat al meer dan vijftien jaar oplossingen voor sameday-delivery van auto-onderdelen aan garagebedrijven biedt. Coolblue schakelt sameday-specialist Dynalogic in voor de aflevering aan huis.

Het zijn met name de ingrediënten voor de last mile die sameday-delivery zo kostbaar maken. Dat komt voor een groot deel door het beperkte volume. Het aantal orders is relatief klein, waardoor de afleveradressen gemiddeld vrij ver uit elkaar liggen. Tegelijkertijd is de beschikbare tijd om pakketjes af te leveren maar kort, zodat veel bestelauto's soms matig gevuld de weg op gaan om alles op tijd te bezorgen. Dat wordt vanzelf beter, verwacht Jeroen van Camp, manager bezorging van Coolblue. "Als het volume toeneemt, dalen de kosten en zal het volume nog verder stijgen. Vorig jaar hebben we de kosten voor samedaydelivery verlaagd van 17,95 euro naar 9,95 euro. We hebben gezien dat de prijselasticiteit een grote invloed heeft op de vraag."

Anders dan het eerste, veel toegepaste recept vraagt de Amazon-oplossing om een aanpassing van distributiestructuren. Vanuit een centraal magazijn in Tilburg, Waalwijk of Zwolle is het simpelweg onmogelijk om binnen één of twee uur klanten in andere delen van het land te bedienen. Als het al mogelijk zou zijn, komen de bezorgkosten dicht in de buurt van het tarief dat een taxichauffeur zou vragen om de last mile af te leggen. Voor grote webwinkels in Nederland lijkt deze variant van sameday-delivery vooralsnog een brug te ver. "Het is een optie, maar niet op dit moment. Voor uitlevering binnen één of twee uur is een heel ander distributienetwerk vereist. Bovendien hebben we voorlopig nog genoeg te winnen met het verbeteren van onze huidige propositie", vertelt Van Camp. Coolblue biedt vooralsnog alleen op doordeweekse dagen sameday-delivery aan. En misschien kan die cut-offtijd van drie uur in de middag nog verder worden opgeschoven.

Om online bestellingen binnen één of twee uur af te leveren zijn dus lokale voorraadpunten nodig. Amazon is daarom druk bezig om in grote steden magazijnen in te richten op dure en logistiek gezien vaak onhandige plekken, zoals de Kurfürstendamm in Berlijn of de vijfde verdieping van een kantoorpand in Manhattan. De verwachting is dat de komende jaren meer logistieke centra zullen verrijzen in of aan de rand van stadscentra. Het zal niet lonen om de complete longtail daar op voorraad te leggen, maar wel het deel van het assortiment

snellopende artikelen dat voor het merendeel van de orders zorgt. De kunst is om op basis van bijvoorbeeld het aantal online clicks in die regio of met behulp van predictive analytics te voorspellen hoe dat assortiment in dat voorraadpunt er exact moet uitzien.

Op dit punt hebben bestaande retailers een groot voordeel ten opzichte van pure players zoals bol.com of Wehkamp. Zij beschikken al over lokale voorraadpunten in de vorm van winkels. Die worden steeds vaker ingezet voor het ophalen of terugbrengen van online zendingen. De volgende stap is sameday-delivery: orders verzamelen en verzendklaar maken in de winkel, waarna een koerier ze ophaalt en verderop in de stad aflevert. Natuurlijk vergt dat extra tijd en aandacht van winkelpersoneel, maar dat is altijd nog goedkoper dan zoals Amazon een apart warehouse inrichten.

Last mile

Met deze wetenschap is het extra interessant dat steeds meer etailers fysieke winkels openen. Coolblue blijft investeren in nieuwe winkels, terwijl Bax-shop.nl eerder dit jaar winkels in Amsterdam en Rotterdam opende. Fietsenwinkel.nl deed vorig jaar zijn fysieke winkels met de naam Hans Struijk nog van de hand, maar heeft nu alweer acht nieuwe winkels op bedrijventerreinen. Als argumenten hanteren deze webwinkels dat ze beleving willen bieden en de mogelijkheden creëren om producten uit te proberen. Mochten ze ooit van plan zijn om online orders binnen enkele uren uit te leveren, beschikken ze in ieder geval alvast over een paar vooruitgeschoven posten.

Goed nieuws voor retailers met die ambitie is dat steeds meer bedrijven nieuwe concepten ontwikkelen voor de last mile in sameday-delivery. Daaronder bevinden zich initiatieven zoals Red je Pakketje, PickThisUp, Fietskoeriers.nl, Delvry en Greendropz. Of al deze startups het gaan redden, is de vraag. In Amsterdam trok bijvoorbeeld Saddl er de stekker er al uit vanwege te weinig volume. Alle initiatieven laten in ieder geval zien dat reguliere pakketvervoerders steken laten vallen op het gebied van sameday-delivery.

Voor webshops die hun klanten een minder dure variant van de dienst willen aanbieden, bestaat hoop. In Groot-Brittannië biedt supermarktketen Asda derde partijen de mogelijkheid om de meer dan zeshonderd winkels in te zetten als afhaalpunt, vergelijkbaar met de samenwerking tussen Albert Heijn en dochter bol.com. Een fashionretailer als Missguided.com maakt er al dankbaar gebruik van. Ook voor Asda biedt deze to you-service voordelen. De supermarktketen rekent op termijn op zo'n veertig miljoen extra bezoeken per jaar in de winkels door de dienst.

Het wachten is op een Nederlandse supermarktketen die het voorbeeld van Asda volgt. Webwinkels die erin slagen hun pakketten dezelfde dag in deze winkels van deze keten te krijgen, kunnen hun klanten een snelle en goedkope afhaaloptie bieden. Of sameday-delivery al deze moeite waard is? Ook Coolblue geeft aan dat het aantal klanten dat voor deze optie kiest, relatief klein is. Maar die klanten zorgen wel voor extra omzet. Een intern onderzoekje van een fulfilmentspecialist Montapacking leert dat veertig procent van de orders niet was geplaatst als de webshop de sameday-optie niet had geboden. Hoe graag wilt u die extra omzet hebben?

Dit artikel is grotendeels gebaseerd op het artikel 'Snel, sneller, snelst', dat in het zomernummer van EtailTrends is verschenen. Meer informatie over een abonnement op EtailTrends? [Klik dan hier.](#)