

Bol.com: 'Klant wil best betalen voor service'

29-03-2018 16:03



Klanten van bol.com maken inmiddels al net zoveel gebruik van sameday-delivery als van afhaalpunten. “Consumenten zijn dus wel degelijk bereid voor service te betalen, en misschien niet zo prijsgevoelig als we denken”, zei lead business development last mile Caroline Prick woensdag tijdens het e-Delivery Event in Utrecht.

Het gebruik van de betaalde dienst Vandaag Bezorgd is vorig jaar verdubbeld, zegt Prick. Wie gebruik maakt van bezorging op dezelfde dag, laat bovendien een NPS-score zien die tien tot 25 procent hoger uitvalt dan bij standaardlevering. De toegenomen populariteit van de dienst is volgens haar grotendeels te danken aan de introductie van Select vorig jaar, waarmee klanten alle bezorgkosten kunnen afkopen. Select-leden maken drie tot zes keer zoveel gebruik van de premium bezorgdiensten, waar naast Vandaag Bezorgd ook zondag- en avondlevering toe behoren.

De klanttevredenheid van Select-leden is verdubbeld, zegt Prick verder. Daardoor kopen zij vaker en meer bij bol.com en ook in categorieën waarvoor ze dat eerder niet deden. “We zijn meer *top of mind* bij Select-leden”, verklaart ze. Zij denken volgens haar sneller aan bol.com voor productgroepen waar dat eerder niet het geval was. Ook is de webwinkel vaker hun startpunt voor online winkelen.

Lees op [RetailTrends](#) meer over hoe bol.com de last mile inzet als een groeidrijver.