



Donderdag 11 februari 2010

Powered by



Zoek



Home

Supply Chain

Productie

Warehousing

Distributie

Servicelogistiek

Logistieke dienstverlening

Supply Chain Management

Voorraadbeheer / Forecasting

Personeelsbeleid

Logistiek Vastgoed

Traceability / b2b-integratie

Nieuws

Experts / Blogs

Vacatures

Opleidingen

Leveranciers

Agenda

Investeringsinformatie

Overig

Supply Chain - Supply Chain Management

Expertartikel

Verbeteren afleverservice hoeft niet duurder te zijn



Auteur: [Roland Slegers](#)
Co-auteur: [Nando van Essen](#)
Geplaatst: 10 feb 2010

Dagelijks worden honderdduizenden pakketten bij consumenten afgeleverd die via internet zijn gekocht. Roland Slegers en Nando van Essen onderzochten de mogelijke verbeteringen in de keten van 'bestellen tot en met ontvangst van de goederen'.

Online shoppen wordt steeds belangrijker. Het afleveren van producten, die niet door de brievenbus kunnen, brengt extra problemen met zich mee: distributeurs komen regelmatig voor een gesloten deur, moeten later terugkomen, bezorgen het pakket bij de burens of bij een afleverpunt.

Groei e-commerce

Met de groei van e-commerce worden logistieke vraagstukken steeds belangrijker, zoals:

- Hoe belangrijk is actuele voorraad-informatie tijdens het bestellen?
- Hoe groot is de behoefte om tijdens het bestellen een afleverdag en een aflevertijdvak aan te kunnen geven?
- Hoe belangrijk is aflevering op het thuisadres?
- Hoe belangrijk is bezorging binnen 24 uur?
- Bij 'niet thuis': Wat vinden we van afleveren bij de burens?
- Leidt verbetering van de afleverservice tot meer internet-aankopen?
- Wil de consument meer betalen voor een betere afleverservice?

De online shopper verwacht forse verbeteringen

Uit een marktonderzoek naar de bezorgwensen van online shoppers uitgevoerd in december 2009 in opdracht van Simtrek BV en E-sharp blijkt het volgende:

- Dat de online shopper vaak ontevreden is over wanneer en hoe de gekochte producten worden afgeleverd;
- Actuele voorraad-informatie tijdens het bestelproces op de website van webshops vindt de online shopper een absolute must!
- De overgrote meerderheid van de online shoppers (ca. 75 procent) wenst aflevering van de gekochte producten op het thuisadres;
- De online shopper is regelmatig niet thuis als een pakket wordt aangeboden. Ca. 65 procent geeft aan geen probleem te hebben met aflevering bij de burens. Ca. 20 procent heeft daar wel heel veel problemen mee;
- De online shopper wil tijdens het bestelproces de gewenste afleverdag en het gewenste aflever-tijdvak aan kunnen geven: 86 procent vindt dat gewenst tot zeer gewenst;
- Afleveren binnen 24 uur vindt de online shopper relatief minder belangrijker dan andere logistieke verbeteringen;
- 36 procent van de online shoppers geeft aan meer te gaan kopen via internet als de afleverservice verbetert;
- 73 procent van de ondervraagden geeft aan niet direct meer te willen betalen voor een betere afleverservice. 17 procent geeft aan daar wel meer geld voor over te hebben. Eén op de tien ondervraagden twijfelt daar nog over.

Aanbevolen artikelen

E-fulfilment kan 10 miljoen euro goedkoper (Nieuws, 8 apr 2009)

Spotlight

Kris Radstok: 'Sturen op punctualiteit voor NS loont'



Nieuws, Vandaag 13:54
Auteur: [Marjan Lijftogt](#)

Kris Radstok (23) is genomineerd voor de Nederlands Scriptieprijs Logistiek met zijn scriptie 'Pro-cent - sturen op punctualiteit loont' voor de Hogeschool van Amsterdam. Wat levert het NS op als er meer treinen op tijd rijden? En welke kosten ontstaan er wanneer er te weinig treinen op tijd rijden?

[Lees meer](#)

Logistiek.nl Opleidingen wordt aangeboden in samenwerking met [eduhub](#)

Logistieke bewegwijzering
"We change Warehouses into Warehouses"

Europees partner in personeelsvoorziening
voor gemotiveerd Pools personeel

WMS-Dag 22 april 2010
Over optimalisatie van logistieke processen!

[Nieuws](#)

[Expertartikelen](#)

[Praktijk](#)

Kris Radstok: 'Sturen op punctualiteit voor NS loont'

Vandaag 13:54

Student logistiek naar Holland Heineken House

Vandaag 13:40

Nieuwe speler gaat Duits ERP-pakket vermarkten

Vandaag 13:25

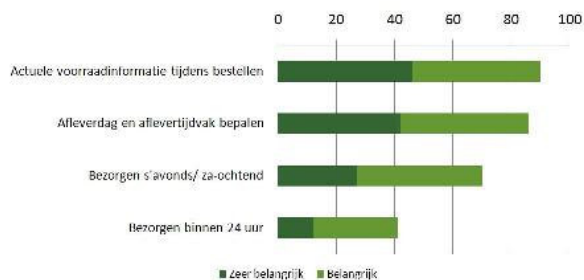
Douane ontoedot zich van stoffige imago

Vandaag 13:18

Raben werkt samen met Palletways

Vandaag 11:38

[Meer nieuws](#)



Verbeteringen in de keten van 'bestellen tot en met ontvangst van de goederen' vragen aanpassingen in elke schakel van de keten. Zowel webshops, als fulfilmentbedrijven, als fysieke distributeurs zullen daarvoor hun processen moeten verbeteren.

Bij het verbeteren van de afleverservice wordt door veel logistieke partijen direct de aanname gedaan dat dit ook direct tot meer kosten zal leiden. Het is maar de vraag of deze aanname juist is. Denk eens aan de volgende voorbeelden:

1. Trefkans

De trekkans op dit moment is circa 70 procent, dus op dit moment staat in zo'n 30 procent van alle afleveropdrachten de bezorger voor een gesloten deur. De activiteiten die in gang moeten worden gezet om die 30 procent van alle pakketjes alsnog bij de consument te bezorgen kosten erg veel geld.

2. Onbeheerste workload

Onbeheerste workload in fulfilment en fysieke distributie door een ongecontroleerd orderproces leidt tot onbetrouwbaarheid in doorlooptijd en tot hogere kosten: Veel online shoppers kopen in het weekend. Denk vervolgens eens aan de enorme workload op maandagochtend van bijvoorbeeld een webshop als Wehkamp. Deze enorme piek aan het begin van de week en het dal elders in de week zorgt voor een onevenredige inzet van resources door de week heen om te kunnen voldoen aan de vraag. Daarnaast leiden de extreme pieken in ordervolume tot onbetrouwbaarheid in doorlooptijd. Door hier de regie te nemen en de online shopper tijdens het bestelproces keuzemogelijkheden te bieden die passen binnen de actuele logistieke capaciteit-bandbreedte van de webshop, fulfilmentbedrijf en distributeur kan er voor gezorgd worden dat er met minder resources meer volume verwerkt kan worden in een beter gespreid proces. Tegelijkertijd gaat deze beheersing leiden tot meer betrouwbaarheid in doorlooptijd, en daarmee in levertijd.

3. Teveel focus 24-uur

Teveel focus op 24-uurs-levering leidt tot te hoge kosten:

Op dit moment wordt er in de logistiek voor e-commerce veel aandacht besteed aan het kunnen afleveren binnen 24 uur. Gezien de onderzoeksresultaten is dit aspect het minst belangrijke en dan ook nog slechts voor enkele productgroepen zoals Witgoed. Door deze focus op het leveren binnen 24 uur te beperken, zullen fulfilmentkosten en fysieke distributiekosten beter beheerst kunnen worden.

Uit deze voorbeelden blijkt dat meer kwaliteit en service absoluut niet direct hogere kosten tot gevolg hoeft te hebben. Langzaam maar zeker zijn partijen als TNT en [Selektvracht](#) inmiddels meer aan het bewegen naar extra service voor de klant. Track&trace is inmiddels gemeengoed en TNT gaat dit jaar starten met het door middel van een SMS informeren van de online shopper over het aflevermoment.

Naar onze mening zijn dit echter vormen van suboptimalisatie. Wie zal namelijk track&trace en het ontvangen van een SMS nog belangrijk vinden wanneer men tijdens het bestellen in de webshop al een afleverafspraak kan maken waarbij men er zeker kan zijn dat de aflevering van het pakketje ook op het afgesproken moment afgeleverd zal worden....?

Wij nodigen webshops, fulfilmentbedrijven en distributeurs uit om in gesprek te gaan en gezamenlijk deze stap van professionalisering te gaan maken.

Een presentatie van genoemd onderzoek is te downloaden via de websites van E-Sharp en Simtrec BV. Via deze sites kunt u ook het complete onderzoeksrapport bestellen.

1 Reacties

Afdrukken

Doorsturen

Reageer

Reacties (1)

Door: Frank LOots | Vandaag 13:47

Mijns inziens zijn zulke tijdsleveringen behoorlijk moeilijk, ook voor grote partijen als TNT. Er zijn veel minder drops per auto mogelijk. TNT wil zelf de regie in handen kunnen houden en kunnen bepalen wanneer de aflevering plaatsvindt. De tarieven zullen beduidend hoger komen te liggen verwacht ik.

Plaats een reactie

Naam:

Reactie:



Vul de code van bovenstaand plaatje in.

[Opslaan](#)

Gesponsorde koppelingen

Webwinkel fulfilment

Orderverwerking, inpakken, verzenden klantenservice, opslag, rapportage

www.misi.nl

© Reed Business. Auteursrecht voorbehouden.

[Feeds](#)

[Contact](#)

[Abonneren](#)

[Adverteren](#)

[Sitemap](#)

[Login](#)

[Registreren](#)