

GRATIS BEZORGEN- Alleen maar feest ?

**VANDAAG VOOR
1.00 UUR BESTELD,
MORGEN GRATIS
BEZORGD!**

Gevaarlijk onderwerp, ik weet het. Maar het nieuwe Online Retail Delivery-rapport 2011 zette me toch wel aan het denken. Voor het 6^e jaar op een rij analyseerde Snowvalley alle bezorgaspecten van het online kopen in de UK. En het continue discussiepunt "free delivery" kreeg speciale aandacht.

Als je de ontwikkelingen op het gebied van logistiek en webshops in de UK goed wilt volgen, dan is het jaarlijkse Online Retail Delivery Report een onmisbare informatiebron. In het 2011-report dat vorige maand uitkwam (www.snowvalley.com/research) zijn de onderzoeksresultaten gepresenteerd van 253 online retailers.

Snowvalley stelt in de samenvatting: Het is begrijpelijk dat er gratis bezorging wordt aangeboden bij producten, waarbij de verzendkosten echt laag zijn. Als voorbeelden noemen ze boeken, cd's, DVD's, die door de brievenbus passen. *Maar er is geen goede reden waarom gratis bezorging van dit soort producten een druk zou zetten op de rest van de markt*

Het Snowvalley –rapport geeft aan dat in de UK nu ca. 13% van de webshops gratis bezorging aanbiedt. De boeken- en entertainment-sector springen er met een percentage van 60% zeer sterk uit. Van alle onderzochte webshops biedt 36% gratis bezorging boven een x-bedrag (gemiddeld ca. 70 euro). Ter vergelijking: Onderzoek onder 125 Nederlandse webshops leverde op dat ca. 20% van de webshops gratis bezorging aanbiedt, en nog eens 20% gratis bezorging boven een x-aankoopbedrag.

Bezorgkosten zijn grootste ergernis

De bezorgkosten zijn een soort achilleshiel van het online kopen. In het onderzoeksrapport "ICT Barometer van het online kopen" noemde 62% van de geënquêteerde personen het "de grootste ergernis" (Ernst & Young-rapport april 2010) Hoe moeten webshops daar dan op reageren? Dan maar geen bezorgkosten meer in rekening brengen en die kosten altijd versleutelen in de prijs van het product?

Het online kopen heeft ertoe geleid, dat veel logistieke kosten niet meer gemaakt hoeven te worden. Zoals: het inrichten en runnen van fysieke winkels en distributie naar die winkels met in iedere winkel voldoende beschikbaarheid. Door webshops is er een breed assortiment beschikbaar gekomen, zonder dat er al vooraf veel logistiek-gebonden kosten gemaakt behoeven te worden. Maar heb je online iets gekocht dan gaat de logistieke kostenteller natuurlijk lopen: Orderpicken en verpakken van het product en distributie naar het adres van je keuze.

Kan het anders ?

In de UK zien we, dat in de e-commerce-markt met een omzet boven de 70 miljard euro in 2010 steeds vaker afleveropties aan worden geboden. Die afleveropties hebben een duidelijke tariefopbouw: Een next-day-delivery is duurder dan een "geen haast levering binnen 3-6 dagen". De tarievenstructuur naar de consument sluit daarmee aan bij de werkelijke logistieke kosten, die in e-fulfilment en bezorging gemaakt worden. Doorberekening op die manier leidt misschien overall wel tot de laagste logistieke kosten, en uiteindelijk tot de minste ergernis bij de consument.

Iedere webshop is natuurlijk vrij in de manier van prijsbepaling en om bezorgkosten apart in rekening te brengen of niet. Maar het cadeautje "gratis bezorging" zou misschien selectiever uitgedeeld moeten worden. Bijvoorbeeld aan de "geen-haast-klanten" (soort daltarief) of aan de klant die koopt boven een bepaald bedrag. Of de ergernis snel gaat verdwijnen? Ik denk het niet. Beter idee?