

# 7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery


*Slimmere Home Delivery bindt klanten beter*

E-commerce groeit in de Benelux jaarlijks met dubbele cijfers. In de race naar de gunst van de consument onderscheiden e-tailers zich steeds minder op producten, maar meer op beschikbaarheid, service en gemak. Een Home Delivery strategie speelt een cruciale rol in concurrentiekracht. In deze whitepaper leest u hoe bedrijven zich onderscheiden en succesvol klanten binden.



Klik **hier** om te beginnen

*of gebruik het menu aan de rechterkant*

 Klik op een item hieronder

**7** ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

**1** De regie in eigen hand

**2** Volledige integratie

**3** Precisielogistiek

**4** Snel, sneller, snelst

**5** Meer service

**6** Bezorging afkopen

**7** Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

# Stormachtige groei e-commerce in Nederland en België

Gemak dient de mens niet waar?! Niet voor niets kopen consumenten steeds vaker en meer producten via internet. Geen reistijd, geen parkeerproblemen, geen wachtrijen en direct inzicht waar de producten goedkoop en tegen de beste leveringsvoorwaarden te koop zijn. Betalingsmogelijkheden van bijvoorbeeld iDEAL op smartphones in combinatie met vingerafdruk-authenticatie maakt de check-out procedure eenvoudig en slechts secondenwerk.

Dankzij deze ontwikkelingen kopen steeds meer consumenten vanachter hun computer, laptop of smartphone. Zo steeg volgens berekeningen van het CBS de Nederlandse online detailhandelsverkoop in het tweede kwartaal van 2017 met 20,8 procent<sup>1</sup>. In 2016 werd al voor 20,16 miljard euro via internet verkocht. In België werd volgens BeCommerce in 2016 9,1 miljard euro omgezet<sup>2</sup> dat is een stijging van 13,4%. De verwachting is dat de online bestedingen voor heel 2017 uitkomen op iets meer dan € 22,6 miljard, wat een stijging zou betekenen van 12% ten opzichte van vorig jaar. Qua aantal aankopen wordt waarschijnlijk de grens van 200 miljoen bijna gehaald (+13%)<sup>3</sup>.

Zowel fabrikanten, groothandels als retailers willen hun deel van deze online markt veroveren voordat anderen ermee vandoor gaan. Door snel te innoveren met e-commerce en home delivery strategie kunnen bedrijven de concurrentie aftroeven. Vaak vernieuwen retailers hun internetstrategie pas als het moet, maar dan is het soms al te laat. Bekende slachtoffers van een onder andere falende e-commercestrategie zijn de V&D en Blokker. Om de klanttevredenheid te optimaliseren zal de consument optimaal moeten worden bediend.

## Online verkopen:

In Nederland ruim 20% groei  
2e kwartaal van 2017

In België ruim 13% groei  
in 2016



Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

# Bestellen en bezorgen moeten perfect inpassen

De webshop die de klant de beste service, het meeste gemak en bezorging op maat levert wint de gunst van de klant. Vooral in de thuisbezorging gaan e-tailers daar steeds verder in. Volgens een groot Europees onderzoek van Kantar en DPD<sup>4</sup> heeft de traditionele thuisbezorging de voorkeur (84%), het aantal klanten dat alternatieven overweegt als pakketkluisjes, de werkplek, het postkantoor of pakketpunten in andere winkels groeit stevig. Daarnaast zijn er tal van initiatieven die de klant de regie geeft om de aankoop en bezorging zo aangenaam mogelijk in het leven in te passen. Dat begint al bij het bestellen. Zo komt supermarktketen Jumbo met een voice-app<sup>5</sup> dat een gesproken boodschappenlijst omzet in een order.

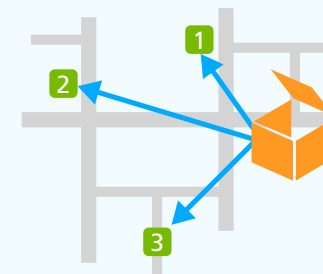
Flexibele en betrouwbare bezorgopties zijn daarnaast cruciaal om klanten die af en toe iets kopen te overtuigen vaker terug te komen. Veelkopers vertegenwoordigen op dit moment 85% van alle online aankopen in Europa, dat betekent dat terugkerende klanten belangrijker zijn dan ooit voor online retailers<sup>6</sup>. Om beter, efficiënter en sneller te kunnen leveren lijkt bijvoorbeeld robotisering nu toch echt zijn intrede te doen in thuisleveringen. Zo wil Domino's Pizza na Nieuw-Zeeland ook in Nederland zo snel mogelijk bezorgrobots en -drones inzetten om het eten efficiënt naar de klant te brengen<sup>6</sup>. Supermarktconcern Albert Heijn start een nieuwe proef met het thuisbezorgen van online bestelde boodschappen binnen twee uur<sup>7</sup>. De Belgische startup Parcify gooit het over een andere boeg en wil pakketjes via het water gaan bezorgen<sup>8</sup>.

***Al deze initiatieven worden ingezet om de klant zo goed mogelijk te bedienen. Binnen de sector zien we 7 trends die thuisbezorging tot een succes maken.***

## Trends:



- **Bezorging op maat is een must**



- **Alternatieve bezorging zoals pakketkluisjes, werkplekken, postkantoor of pakketpunten groeit stevig.**



- **Terugkerende klanten zijn belangrijker dan ooit**

Klik op een item hieronder

**7** ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

**1** De regie in eigen hand

**2** Volledige integratie

**3** Precisielogistiek

**4** Snel, sneller, snelst

**5** Meer service

**6** Bezorging afkopen

**7** Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

# 1. De regie in eigen handen nemen

E-commerce bedrijven als Amazon en Ali Baba zetten steeds meer eigen distributienetwerken op. Amazon investeert op dit moment zelfs in een eigen vloot van schepen en vliegtuigen. Door de logistiek volledig in eigen hand te krijgen, denkt het de kosten zo laag mogelijk te kunnen houden. Daarnaast is voor e-commerce bedrijven continue groei en innovatie belangrijk. Om gemakkelijk het assortiment uit te kunnen breiden, een snelle, betrouwbare levering en goede service te garanderen, zien we dat de supply chain steeds meer een gesloten systeem wordt. Door meer binnen de keten te gaan doen, is integratie met systemen gemakkelijker en kan de e-tailer beter regie houden op het hele proces van bestelling, distributie, levering, retour en serviceafhandeling. Daarom is Bol eind september 2017 begonnen met het bezorgen van pakketjes via zijn eigen fulfilmentcenter in Waalwijk<sup>9</sup>. H&M opent steeds meer eigen distributiecentra en bijvoorbeeld zal Lidl in 2018 de deuren van het eigen distributiecentrum openen.



*'Door de logistiek in eigen hand te krijgen, kunnen de kosten zo laag mogelijk blijven'*

Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

## 2. Volledige integratie van omnichannel-strategie

Consumenten stellen een steeds hoger winkelgemak niet alleen online en offline. Vaak verloopt de oriëntatiefase online. Dan wordt gekeken of het product in de juiste uitvoering aanwezig is in de webshop of in de fysieke winkel. Als de consument liever toch wil passen in de winkel en de kleur is niet voorradig, dan zou de verkoper vanaf zijn tablet moeten kunnen zien dat het exemplaar wel online of bij een andere vestiging aanwezig is. Overigens wil de klant tijdens zijn bezoek eerder online gekochte spullen in de winkel retourneren. Dat gaat vaak niet omdat de online winkel en de fysieke winkel gescheiden systemen hebben. Om de klant de keuzevrijheid te geven moeten alle onderdelen integreren, van kassasysteem tot en met de logistiek. Onder andere WE Fashion heeft dit al wel gedaan en de verwachting is dat andere bedrijven dit voorbeeld gaan volgen. Consumenten willen niet gedwongen worden via één kanaal te kopen of te communiceren. Met andere woorden, keuzevrijheid voor klanten is noodzakelijk voor retentie en meer omzet. WhatsApp, Facebook, e-mail, sms, telefoon en alle kanalen waar de doelgroep aanwezig is, zou moeten worden geïntegreerd in de communicatie met de klant.

### *Keuzevrijheid voor klanten is noodzakelijk:*



Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

# 3. Precisielogistiek; op het uur nauwkeurige bezorging

Niets is vervelender dan als een product geleverd wordt tussen 9:00 en 12:00 of nog erger: 9:00 en 18:00, toch komt dit nog voor, maar wel steeds minder. Dat komt omdat steeds meer e-tailers de tijdvakken voor bezorging enorm weten te verkleinen. Coolblue bezorgt in tijdvakken van 1 uur<sup>10</sup>. Een half uur voordat de bezorgers arriveren, ontvangt de klant een bericht met de mededeling dat de bezorgers op weg zijn. Een kwartier van tevoren bellen de bezorgers op om de bezorging te bespreken. Bij de voordeur aanbellen of achterom lopen? Op deze manier wordt het pakket bezorgd waar en wanneer het de consument uitkomt. PostNL geeft vanaf januari 2018 de optie om hun pakketten in een avonduur naar keuze te laten bezorgen. Op langere termijn wil de bezorgdienst zondag- en ochtendlevering van boodschappen faciliteren en binnen tijdvakken van 30 minuten nauwkeurig bezorgen<sup>11</sup>.



Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

## 4. Snel, sneller, binnen 2 uur bezorgd


De klant nog beter bedienen is nog sneller de diensten leveren. Consumenten verwachten een steeds snellere levering van hun online bestellingen. Ze willen die bovendien ontvangen waar en wanneer zij dat wensen. Koffiemark Nespresso, wil hierop inspelen door same day delivery te introduceren in België<sup>12</sup>. Voor Albert Heijn is dit niet snel genoeg. Daarom start het de supersnelle bezorgdienst Rappie in Rotterdam. Klanten die boodschappen online bestellen, hebben ze binnen 2 uur in huis<sup>13</sup>.



## 5. Meer service voorbij de drempel

De consument wil ontzorgd worden. Daarom heeft PostNL een service ingekocht waarmee het meubels bij de klant in elkaar gaat zetten. Hiermee breidt PostNL zijn 'over de drempel'-service uit. De postbezorger had al Extra@Home waarbij de bezorgers wasmachines, tuinsets, keukenapparatuur thuis installeren. Het past in de trend om het serviceniveau van de 'last mile' te verbeteren. Webwinkel Coolblue deed dat al in Nederland en later in België door apparaten zelf thuis te leveren én te installeren<sup>14</sup>.



 Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

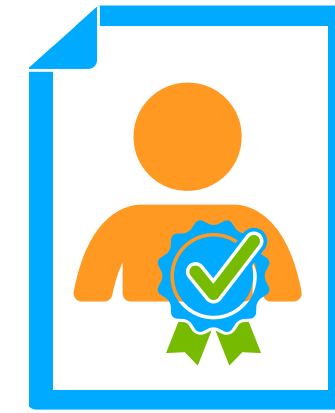
7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes

## 6. Een jaar lang premium bezorging afkopen

Nieuwe klanten zijn belangrijk, maar dat klanten terugkeren is misschien nog belangrijker. Daarom bieden steeds meer e-tailers abonnementen waarmee gratis of premium bezorging mee wordt afgekocht. Bol.com startte de dienst Select<sup>15</sup>. Voor €15 per jaar kopen consumenten de verzendkosten af en betalen ze niets meer voor bestellingen onder de 20 euro, voor avond- en zondaglevering en de same-day-delivery-diensten 'Vandaag bezorgd' en 'Vandaag ophalen'.



## 7. De marktplaats in plaats van de winkel

Home Delivery begint bij oriëntatie en de koop op het e-commerce platform. Het gemak waar consumenten naar op zoek zijn, vinden ze steeds vaker op digitale marktplaatsen of grotere e-tailers. Vaak vinden de online shoppers op Ebay, Amazon, AliExpress, Marktplaats en Bol.com sneller overzicht, betere prijzen, geen of lagere verzendkosten, kortere levertijd, betere voorraad en een breder assortiment. Voor webwinkels wordt het steeds lastiger om onderscheidend te zijn en de grote spelers bij te blijven met alle mogelijkheden en ontwikkelingen. Platformen als Bol.com, Marktplaats, Fonq, Beslist en de buitenlandse partijen bieden interessante (groei)kansen voor e-tailers.



Klik op een item hieronder

7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

1 De regie in eigen hand

2 Volledige integratie

3 Precisielogistiek

4 Snel, sneller, snelst

5 Meer service

6 Bezorging afkopen

7 Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes



# Conclusie

Een positieve koopervaring zorgt voor klantloyaliteit en terugkerende klanten. Om te kunnen profiteren van de enorme groei in e-commerce moet je je onderscheiden. Er zijn tal van voorbeelden van bedrijven die dat lukt omdat ze op de juiste manier hebben ingespeeld op de e-commercetrends. Er is maar één constante in dit proces en dat is continu digitaal innoveren om niet weggeconcentreerd te worden door innovatieve nieuwe spelers op de markt.

***Continu innoveren is de constante om succesvol te zijn***



Klik op een item hieronder

**7 ingrediënten voor succesvolle Home Delivery**

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

**1 De regie in eigen hand**

**2 Volledige integratie**

**3 Precisielogistiek**

**4 Snel, sneller, snelst**

**5 Meer service**

**6 Bezorging afkopen**

**7 Marktplaats of webwinkel**

**Conclusie**

**Over Descartes**

<sup>1</sup> <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2017/36/kwartaalmonitor-detailhandel-tweede-kwartaal-2017>

<sup>2</sup> <https://www.becommerce.be/nl/pers/persberichten/d/detail/belgische-b2c-e-commerce-is-sterkste-europese-groeier-in-2016>

<sup>3</sup> <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/3532/online-bestedingen-stijgen-in-eerste-zes-maanden-van-2017-met-13-naar-10-66-miljard>

<sup>4</sup> [https://www.dpd.com/nl/business\\_customers/insight\\_e\\_shopper\\_study](https://www.dpd.com/nl/business_customers/insight_e_shopper_study)

<sup>5</sup> <https://www.emerce.nl/nieuws/jumbo-komt-voiceapp-boodschappenlijstje>

<sup>6</sup> <https://franchiseplus.nl/nieuws/dominos-pizza-over-bezorgrobots-drones-gps-trackers>

<sup>7</sup> <http://www.logistiek.nl/distributie/nieuws/2017/10/albert-heijn-levert-binnen-twee-uur-met-rappie-dienst-101158661>

<sup>8</sup> <https://www.metronieuws.nl/nieuws/amsterdam/2017/09/wordt-jouw-pakketje-straks-met-een-kajak-bezorgd>

<sup>9</sup> <https://retailtrends.nl/item/50195/hoe-bol-com-honderdduizenden-artikelen-per-dag-verstuurt>

<sup>10</sup> <http://www.logistiek.nl/supply-chain/nieuws/2017/2/coolblue-bezorgt-in-tijdsvakken-van-1-uur-101152098>

<sup>11</sup> [https://twinklemagazine.nl/2017/09/postnl\\_dynamischetijdvakken\\_boodschappen/index.xml](https://twinklemagazine.nl/2017/09/postnl_dynamischetijdvakken_boodschappen/index.xml)

<sup>12</sup> <http://www.gondola.be/nl/news/digital/nespesso-start-met-same-day-delivery>

<sup>13</sup> <https://www.boodschappenspot.nl/albert-heijn-gaat-binnen-2-uur-bezorgen/>

<sup>14</sup> <http://www.gondola.be/nl/news/digital/coolblue-lanceert-eigen-leverdienst-belgie>

<sup>15</sup> <http://www.gondola.be/nl/news/digital/bolcom-avondlevering-abonnement>

# Over Descartes

Descartes (TSX: DSG) (Nasdaq: DSGX) is de wereldwijde leider op het gebied van on-demand SaaS-oplossingen (Software-as-a-Service) die bijdragen aan de verbetering van de productiviteit, en van de prestaties en zekerheid voor ondernemingen, waarbij logistiek een belangrijke rol speelt. Klanten gebruiken de modulaire, cloud-based oplossingen om leveringen te plannen, te sturen, te volgen en te meten. Ook kunnen zij vrachten plannen, toewijzen en uitvoeren, transportfacturen opstellen, controleren en betalen, wereldwijde handelsdata bekijken, douane- en beveiligingsdocumenten voor import en export archiveren, en verschillende andere logistieke processen uitvoeren. Dit alles door deelname aan 's werelds grootste, multimodale samenwerkingscommunity voor logistiek. Het hoofdkantoor van Descartes is gevestigd in Waterloo, Canada, en de organisatie heeft kantoren en partners wereldwijd.

Meer informatie: [www.descartes.com](http://www.descartes.com). Volg ons op [LinkedIn](#) en [Twitter](#) voor de meest recente informatie.

# DESCARTES™


The Descartes Systems Group Inc.

TSX: DSG | NASDAQ: DSGX

[www.descartes.com](http://www.descartes.com) | [info@descartes.com](mailto:info@descartes.com)

Uraniumweg 44, 3812 RK Amersfoort, The Netherlands | +31 33 460 62 00

Duwijkstraat 17, 2500 Lier, Belgium | +32 3 800 06 00

 Klik op een item hieronder

**7** ingrediënten voor succesvolle Home Delivery

Stormachtige groei

Bestellen en bezorgen

**1** De regie in eigen hand

**2** Volledige integratie

**3** Precisielogistiek

**4** Snel, sneller, snelst

**5** Meer service

**6** Bezorging afkopen

**7** Marktplaats of webwinkel

Conclusie

Over Descartes