



Push naar Pull: besparing € 0,78 per order voor webwinkels!

Webwinkels beconcurreren elkaar steeds meer: wie is de snelste en het goedkoopst? Dit terwijl dat voor de meeste klanten niet het belangrijkste is. Dit blijkt uit het onderzoek 'Distributiebesturing webshops: van push naar pull' uitgevoerd door het team van DeliveryMatch.

Middels een pullproces stuurt de consument als het ware het logistieke proces. De kans dat het pakketje bezorgd kan worden, dus dat er iemand is om het pakket in ontvangst te nemen wordt op deze manier 95%, wat een gemiddelde besparing oplevert van € 0,21 per order. Daarnaast kan nog eens € 0,57 per order worden bespaard door het verminderen van de magazijnkosten. Deze besparing zit vooral in toeslagkosten die worden bespaard door orders gelijkmatiger te verspreiden. Daarbij blijkt dat een pullproces voor gemiddeld 4,45% meer omzet zorgt, zowel door nieuwe als terugkerende klanten.

De consument wil het pakketje dus niet zo snel mogelijk, maar liefst als de levering past in de werken privé agenda. Dat dit veelal in de avonduren is, zal niemand erg verbazen. Toch zijn zelfs de grote fulfilment bedrijven ingericht volgens het pushproces: vanaf de bestelling heeft de klant nauwelijks meer invloed op het proces en wordt er zo snel mogelijk geleverd.

De tijd dat we als webwinkellogistiek zelf denken te bepalen wat de klant wil, behoort hopelijk snel tot het verleden. Dit pushproces neemt enorme kosten met zich mee, waar in een pullproces kostenbeheersend gewerkt kan worden. Denk alleen al eens aan het feit dat het te verwerken volume in de avonduren enorm afneemt.

De meeste webshops gaan ervan uit dat iedereen het online bestelde artikel graag snel wil hebben. Het blijkt echter dat consumenten heel andere dingen belangrijk vinden. 92% geeft er juist de voorkeur aan om het artikel later bezorgd te krijgen om de match met de privé-agenda te kunnen maken. Uitgebreid onderzoek wijst dit uit, maar is het eigenlijk niet heel logisch?

Door de klant bij bestelling het aflevermoment te laten bepalen, wordt de order afgewerkt wanneer de klant het graag geleverd krijgt: pullproces. Door dit proces kan het pick- en verpakkingsproces meer verdeeld worden over de dag, omdat een groot aantal orders niet dezelfde dag verzend gereed gemaakt hoeft te worden. Dit levert grote besparingen op voor de magazijnbezetting en de vereiste piekcapaciteit van het verpakkingsproces. Natuurlijk kan hier wel nog in worden gestuurd. Op piekdagen zou de levering op die dagen iets duurder gemaakt kunnen worden bijvoorbeeld, waardoor klanten al snel kiezen om een dag extra te wachten.



PACKSIZE LIVE @ LOGIMAT



SMARTER PACKAGING FOR A HEALTHY PLANET

On Demand Packaging: consument vindt duurzaam verpakken belangrijk

On Demand Packaging is een verpakkingsconcept waarbij je op ieder gewenst moment een unieke doos op maat kunt produceren. Dit in volledige flexibiliteit, dus de opvolgende doos kan weer een andere maatvoering en doostype zijn. Uiteindelijk gaat het erom dat geleverd wordt naar de wens van de klant tegen zo laag mogelijke kosten.

70% van de consumenten vindt het (zeer) wenselijk dat de door hen bestelde producten duurzaam worden verpakt. Maar liefst 20% van de consumenten geven aan niet opnieuw ergens te bestellen als pakketjes niet duurzaam zijn verpakt. Dit blijkt uit hetzelfde onderzoek, uitgevoerd door Delivery Match.

Waarom is On Demand Packaging duurzaam:

- Vrijwel geen opvulmaterialen meer nodig
- Reductie van transportvolume en daarmee potentieel van de transportkosten
- Betere bescherming van uw producten – minder retouren
- Beschermend doostype voor kwetsbare producten
- Tijdbesparing in het logistieke proces
- Geen dozen meer op voorraad

Onze partner Packsize - On Demand Packaging - presenteert haar nieuwste verpakkingsconcepten tijdens de Logimat op 13-15 maart in Stuttgart.



HALLE 4 STAND B61



Casebeschrijving: Bongo International verzendt geen piepschuim meer over de oceaan

Bongo International geeft klanten de mogelijkheid om overal ter wereld producten te kopen bij online retailers en deze binnen drie dagen te laten verzenden en afleveren. Hun verpakkingssysteem was echter niet efficiënt genoeg om gelijke tred te houden met deze levergarantie. Medewerkers moesten vaak handmatig een doos op maat snijden als ze met meerdere items te maken hadden. Bovendien zijn de internationale verzendkosten zo hoog dat lucht en daarmee piepschuim verzenden niet duurzaam en economisch verantwoord is voor het bedrijf.

De oplossing: Verpakking die als muziek in de oren klinkt

Na het overschakelen op Packsize gingen Bongo-medewerkers van handmatig snijden naar dozen die automatisch voor hen werden gemaakt. Dit heeft niet alleen de juiste verpakkingmethoden vergroot, maar ook de meest optimale internationale verzendtarieven gegarandeerd.

[Video oplossing Bongo](#)

