

E-COMMERCE 2023

WHITEPAPER



**Op het juiste moment het
juiste pakketje de deur uit!**



Weber[®]
LABELING & CODING SOLUTIONS

**WEBER
IDENTIFICEERT
PRODUCTEN
MOEITELOOS
OP HUN REIS
VAN A NAAR B**

INHOUD

INLEIDING	4
SAME DAY DELIVERY	5
BEZORGDIENTEN	6
JE PASHOK THUIS	7
OMNICHANNEL	8
MEER BEREIKEN	10
DUURZAAM	11
LETS MEET	12



INDUSTRIËLE AUTOMATISERING IN E-COMMERCE NOODZAKELIJK. WAAROM?

Retailers, stoom je klaar voor de toekomst! Consumenten hebben het voor het zeggen. En ze hebben hoge eisen: same day delivery, omnichannel services en de keuze uit meerdere bezorgdiensten.

2023 heeft voor de e-commerce branche diverse uitdagingen in het verschiet. En dat terwijl deze bedrijven kampen met een personeelstekort en volle magazijnen.

Wat betekenen deze trends voor e-commerce bedrijven? Hoe verandert het consumentengedrag in 2023? En hoe richt je het logistieke proces hierop in? Weet wat je kan verwachten en stoom je klaar voor de toekomst met onze whitepaper.

1. SAME DAY DELIVERY

— NIET ALLEEN OMDAT DE KLANT HET VRAAGT

Waar in 2022 de focus lag op “Vandaag besteld, morgen in huis”, gaat de service in 2023 nog een stapje verder. De huidige norm is “Vandaag besteld, *vandaag* in huis”. De vraag vanuit consumenten naar same day delivery groeit. Daarom bieden steeds meer bedrijven deze service aan. Het gebruik van bezorging binnen 24 uur is in de eerste helft van 2022 met 11% toegenomen (*Emerce, 2022*).

GEMAK VOOR DE CONSUMENT

In een maatschappij waarbij snelheid en gemak steeds belangrijker is voor consumenten, is het niet gek dat de trend van same day delivery aanslaat. Ben je iets vergeten uit de supermarkt? Of heb je straks een verjaardag en moet je nog een cadeau kopen? Geen probleem, je bestelt het online en ontvangt het dezelfde dag in huis.

ONDERSCHIED

Maak het verschil! Bezorging op dezelfde dag is een handig hulpmiddel om je klanten te behouden en te concurreren met grotere bedrijven. Consumenten die een snelle levering verwachten, zijn bereid om er meer voor te betalen.

EFFICIËNTER BEZORGEN

Bezorging op dezelfde dag helpt je ook met het minimaliseren van de “cut-off”-tijden -het uiterste tijdstip waarop een consument nog online kan bestellen- om de volgende dag zijn aankopen te ontvangen.

Bestellingen die in het weekend of op feestdagen zijn geplaatst, kun je de volgende werkdag verzenden. Hierdoor worden bestellingen sneller en efficiënter afgehandeld. En de klant is ook blij!

UITDAGING

De uitdaging voor same day delivery zit in de logistieke complexiteit en de daarbij behorende kosten. Levering op dezelfde dag vereist een efficiëntere, (semi) geautomatiseerde en betrouwbare toeleveringsketen.

TOEKOMST

De verzendervaring blijft de komende jaren een belangrijke schakel binnen de e-commerce. Bied je same day delivery aan? Dan heb je vaker een hoger conversiepercentage in de check-out en meer terugkerende klanten.



2. BEZORGDIENTEN

— MEERDERE AANBIEDERS

Tegenwoordig is het vaak mogelijk om zelf je bezorgdienst te kiezen. Consumenten geef je op deze manier meer controle op over hun winkelervaring. Ze kiezen de bezorgdienst die past bij hun behoeften en voorkeuren. Denk aan een snellere bezorgoptie voor urgentie, een duurzamere optie voor het milieu of juist een goedkopere optie met langere levertijd.

JE PROCES AANPAKKEN

Deze trend zorgt voor verschillende uitdagingen binnen e-commerce bedrijven. Ten eerste heb je te maken met meerdere bezorgbedrijven en dus met verschillende prijzen en bezorgopties. Ten tweede moet je de e-commerce flow en je magazijn zo inrichten dat je bestellingen op tijd bij de juiste vervoerder zijn. Dit kan je regelen met het automatisch aanbrengen van productidentificatie. Dat vergemakkelijkt je proces en zorgt ervoor dat je je concurrentie voor blijft.



3. JE PASHOK THUIS

— EXTRA EN GROTERE ORDERS

Geen tijd of zin om naar de winkel te gaan? Je bent niet de enige. Men winkelt vaker online én koopt meer dan in de winkel. Daardoor is je huis het nieuwe pashokje. Je bestelt meerdere maten en producten en waarmee je niet tevreden bent, gaan retour. Makkelijk voor jou, maar niet voor e-commerce partijen die hun processen hierop moeten aanpassen.

MEER PRODUCTIE EN LOGISTIEK

Het pashokje thuis zorgt voor meer productie en grotere orders. We bestellen meer, waardoor bedrijven meer artikelen op voorraad hebben en grotere pakketten verzenden. Dat zorgt voor meer productie en vervolgens voor meer logistiek. Kortom magazijnen zijn vol en worden nog voller.

Als e-commerce partij is het noodzakelijk om te kijken hoe je je magazijn zo kan inrichten dat je klaar bent voor de toekomstige vraag. Meer vraag zorgt immers ook voor meer logistieke activiteiten. Neem daarbij meteen je order- en verzendproces onder de loep en stel je zelf de vraag: zijn er handelingen die we kunnen automatiseren?

Een goed order- en verzendproces gaat over de **samenwerking en het functioneren tussen machines en mensen**. Het ideale systeem is schaalbaar, zodat je snel kunt opschalen indien de vraag plotseling toeneemt, denk aan Black Friday of de decemberperiode.

MEER BESTELLINGEN MEER RETOUREN

Je staat er waarschijnlijk niet bij stil, maar als er iets retour gaat dan moet er veel gebeuren. Retouren zorgen voor uitdagingen in je logistieke proces.

Denk aan het sorteren, inspecteren en herverpakken van geretourneerde artikelen, maar ook het coördineren van het transport van geretourneerde artikelen terug naar het magazijn of andere locaties.

Ook hiervoor kan je vooraf nadenken over je retourproces en kiezen voor de juiste identificatie, zoals labels, om je retourproces te versnellen.



4. OMNICHANNEL

— DE ONGEKENDE MOGELIJKHEDEN EN KANSEN

Tijdens een aankoop schakelen we middels omnichannel ervaring naadloos tussen verschillende kanalen, zoals online winkels, fysieke winkels en mobiele apps. Het omnichannel effect op het e-commerce logistieke proces is enorm. Het heeft invloed op hoe en waar bestellingen worden uitgevoerd, geruild en geretourneerd.

DE ORDERAFHANDELING WORDT COMPLEXER

Als je een online aankoop doet, maar het artikel in een fysieke winkel wilt ophalen, moet het e-commercebedrijf het transport van het artikel van het magazijn naar de fysieke winkel coördineren in plaats van via de pakketbezorger naar je huis. Dit maakt het logistieke proces complex. Er is niet één vaste route en je hebt inzicht nodig in de voorraden van de verschillende kanalen en locaties.

HET AANTAL RETOUREN NEEMT TOE

Ook het aantal retouren en uitwisselingen neemt toe door de omnichannel ervaring. Dit komt doordat klanten op verschillende locaties kunnen ruilen en retourneren, wat het proces makkelijker voor ze maakt. Echter moeten de artikelen vanaf daar weer naar de gewenste locatie.

Middels de juiste productidentificatie en scanoplossingen heb je een goed overzicht in je voorraden op meerdere locaties. Software koppelt de gegevens aan elkaar.

OMNICHANNEL CONCLUSIE

Consumenten verwachten snelheid, gemak en flexibiliteit. Op elk moment en via ieder kanaal. Naast een soepele bestelervaring willen ze een ruime keuze aan betaalmogelijkheden, diverse bezorgopties en de mogelijkheid om de order via verschillende kanalen te retourneren.

De grens tussen online en offline shoppen vervaagt hierdoor steeds meer. Sterker nog: als de omnichannel- strategie optimaal is doorgevoerd, maakt het voor de klant niet uit via welk kanaal hij winkelt, de beleving en service zijn overal identiek. Alleen wanneer alle processen naadloos op elkaar zijn afgestemd, bied je dé perfecte (verkoop)ervaring aan je klant.





OMNICHANNEL

SUCCESVOLLE

- ✓ Zet je klant centraal
- ✓ Creeër goed overzicht
- ✓ Automatiseer repeterende taken
- ✓ Geef je medewerkers toegang tot alle informatie
- ✓ Zorg voor traceerbaarheid van je goederen middels identificatie
- ✓ Zorg voor goede coördinatie tussen fysiek en online

5. MEER BEREIKEN

— MET PERSONEELSTEKORT

Iedereen kampt met personeelstekort dus ook binnen e-commerce, terwijl de vraag van de veeleisende consument toeneemt. Daarom is het een uitdaging om aan de verwachtingen van de consument te voldoen. Immers omvat het logistieke proces een aantal taken - orderverwerking, voorraadbeheer en verzending - die minder makkelijk zijn uit te voeren met een personeelstekort.

Heb je een bedrijf met te weinig personeel? Dan is het moeilijk om altijd de orders op tijd te verwerken, wat zorgt voor vertraging in de levertijd. Vertraging leidt tot ontevredenheid bij je klant, die snelheid en betrouwbaarheid verwacht.

Personeelsschaarste zorgt ook voor opstopping bij voorraadbeheer, omdat er niet genoeg personeel beschikbaar is om de voorraad nauwkeurig bij te houden en aan te vullen. Dit leidt tot voorraadtekorten en vertragingen bij het uitvoeren van bestellingen.

AUTOMATISERING

Automatisering van repeterende taken vermindert de werklast van je personeel en stelt hen in staat om zich te concentreren op belangrijkere taken.

Soms zijn kleine aanpassingen al genoeg om efficiënter te werken. Denk aan een labelprinter met peel off functie of een machine die een label automatisch aanbrengt. Het scheelt tijd én ze zijn nooit ziek. Zo zijn er vele manuele handelingen te vereenvoudigen zonder hoge investering en met een hoge ROI (Return Of Investment).

Dit kan helpen om je personeelstekorten aan te pakken en je flow structureel te continuëren.



6. DUURZAAM

— ONDERNEMEN MET TOEKOMST

We zijn er van bewust dat online winkelen impact heeft op mens en milieu. Verpakkingen, transport, werkomstandigheden van medewerkers, de ongebreidelde retouren: het zijn zaken die meespelen in onze hoofden en harten als consument. Al willen we er nog steeds niet voor betalen.

VERDUURZAMING

Tegelijkertijd zien we dat merken die duurzaamheid omarmen, zoals Yumeko, Tony's Chocolonely en Patagonia enorme populariteit genieten. De retailer van nu is zich ervan bewust wat duurzaam betekent en is bezig met het verduurzamen van de online operatie. Je kan daarbij denken aan het verduurzamen van je verpakkingen, het transport en je assortiment.

VERPAKKINGEN MOETEN ANDERS

Het noodzakelijkerwijs verpakken van de bestellingen geeft een grote CO₂-voetafdruk. Noodzakelijk omdat je schade tijdens vervoer en retour wilt minimaliseren. De verpakking is bijna altijd direct afval en wordt maar één keer gebruikt. Met inzet van inpakmachines kun je dozen op maat maken, die minder lucht bevatten dan bij gebruik van standaardformaat dozen. Het pakketje wordt zo gemiddeld kleiner, zodat er meer dozen in één transport passen. Dit leidt tot betere verhoudingen van het volumegewicht en minder irritatie bij de consument. Want die zadel je vaak op met veel te veel verpakkingsmateriaal. Daarnaast kun je inzetten op meer duurzame verpakkingsmaterialen, die gemaakt zijn van gerecyclede materialen en zo min mogelijk plastic gebruiken.

DUURZAAM TRANSPORT

Veel e-commerce partijen doen het al: het aanbieden van duurzaam transport. Vandaag de dag is dit een must. Bied dus in de checkout duurzame verzendopties aan. Denk aan bezorgen met een fietskoerier of met elektrische voertuigen. Ook kan het gebruik van afhaalpunten worden gestimuleerd door dit zo makkelijk mogelijk te maken voor de consument en gratis aan te bieden.

WAT BETEKENT DIT

De e-commerce trends vliegen je om de oren. Daarom is innovatie geen wens, maar een must voor je logistieke proces. Alleen door kritisch te kijken naar je processen, te automatiseren en te verbeteren, blijf je de concurrentie anno 2023 voor. Efficiënte productidentificatie is je sleutel tot optimalisatie, kwaliteit, efficiënt transport en dus succes!

WEBER IS DICHTBIJ

Weber helpt je graag met het efficiënt aanbrengen van je productidentificatie middels etiketteer- en codeeroplossingen, zodat jouw producten moeiteloos op reis gaan van A naar B. Benieuwd of wij je logistieke proces kunnen verbeteren? Daag ons uit!

Let's meet!



NEDERLAND

📍 Draaibrugweg 19
1332 AB Almere
☎ +31 36 534 52 54
✉ info@webermarking.nl
🌐 webermarking.nl
in [/weber-nl](https://www.linkedin.com/company/weber-nl)

BELGIE

📍 Montenakenstraat 16a
3890 Gingelom
☎ +32 11 49 42 28
✉ info@webermarking.be
🌐 webermarking.be
in [/weber-be](https://www.linkedin.com/company/weber-be)