



Razendsnel verkopen

Dit is het effect van levertijd op je verkoopcijfers

Met de overgang van fysiek naar online winkelen, verandert ook het gedrag van de consument. Weten waarom iemand uit al het aanbod die ene online winkel kiest, is dus erg belangrijk. Hoe tevredener jouw klant, hoe groter de kans dat deze nog een keer bij je koopt. Of beter zelfs: jouw artikel bij vrienden en familie aanraadt. Het is overigens niet alleen je artikel wat ervoor zorgt dat je klant tevreden is. Wat klanten vooral belangrijk vinden, is hoe makkelijk, snel en servicegericht een bestel- en bezorgproces gaat. Met als belangrijkste speerpunt: een korte levertijd. In deze whitepaper lees je welk effect een korte levertijd heeft op je verkopen. Geïnteresseerd geraakt? Dan geven we je meteen handvatten mee, zodat jij jouw online winkel nog verder kunt optimaliseren.



Inhoud

1. Nog beter bij de wens van je klant aansluiten
2. Artikel met korte levertijd converteert beter
3. Uiterste besteltijd versus 'de volgende dag in huis' levering
4. Effect van weekenddagen op de conversie
5. Zo kun jij je levertijd verkorten

Let op! Een betrouwbare, snellere levertijd vraagt vaak om een aanpassing in je logistieke proces. Zorg er daarom voor dat je op tijd blijft leveren, eventueel in overleg met je bezorgdienst. Hiermee voorkom je problemen met de bol.com [servicenormen](#) en negatieve klantreviews.

Er kunnen geen rechten worden ontleend aan de getoonde cijfers en informatie in deze whitepaper 'Razendsnel verkopen'. Bol.com is op geen enkele wijze aansprakelijk voor schade en/of kosten van wat voor aard dan ook als gevolg van een het versnellen van de levertijd.



1. Nog beter bij de wens van je klant aansluiten

Conversie is én blijft één van de grootste uitdagingen voor e-commerce ondernemers. In een landschap dat zich continu ontwikkelt, is de vraag: hoe zorg je ervoor dat bestaande klanten nooit meer anders willen en hoe verleid je nieuwe klanten? Het antwoord ligt, niet zo verrassend, bij de klant zelf. Die verwacht een naadloze ervaring en een uitstekende service, vanaf het moment van zoeken totdat een artikel wordt uitgepakt (of teruggestuurd). Een goede klantervaring heeft dus direct invloed op je omzet.

Uitleg conversie

Conversie is het percentage klanten dat je artikel bekijkt en vervolgens tot een bestelling overgaat. Om je verkopen te verhogen kun je dus aan twee knoppen draaien:

1. aantal klantbezoeken verhogen
2. conversie verhogen

Bijvoorbeeld:

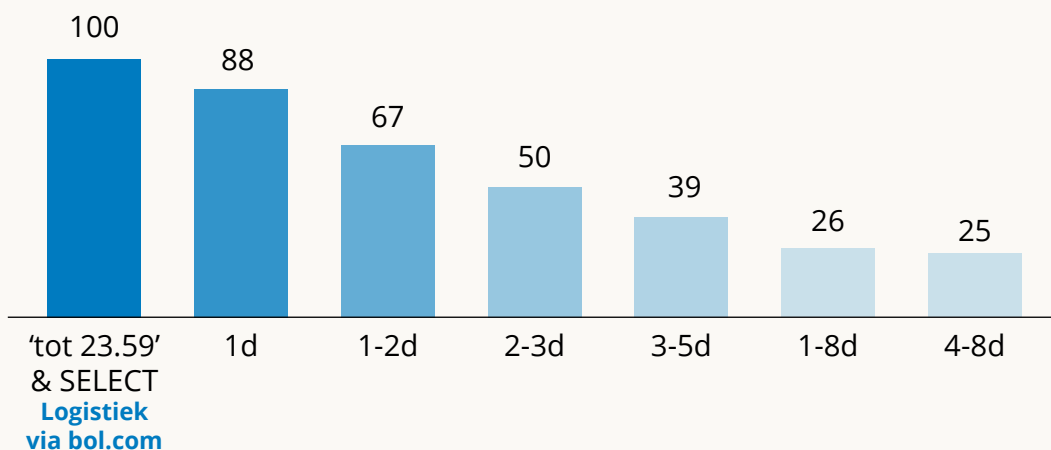
Afgelopen maand bekeken 100 klanten je artikel. Bij een conversie van 7% hebben 7 van die 100 klanten het artikel besteld.

2. Artikel met korte levertijd converteert beter

Recent onderzoek naar winkelgedrag van bezoekers, uitgevoerd door bol.com, toont aan dat levertijd een enorm effect heeft op conversie. In deze tijd zijn consumenten namelijk gewend om te krijgen wat ze willen, wanneer ze dat willen. Neem luiers of verjaardagscadeaus. Komen we er allemaal niet op het laatste moment achter dat we ze morgen, of eigenlijk vandaag, al nodig hebben? 36% van de online consumenten keert dan ook terug vanwege de optie om een bestelling snel te laten leveren. Kijken we specifiek naar alle verkopen via bol.com, dan converteren artikelen met een korte

levertijd beter en verhoogt een korte levertijd de kans op [het koopblok](#), én dat is de beste verkooppositie. De volgende grafiek laat zien welke levertijden bij bol.com het best converteren. De getoonde cijfers zijn indexcijfers, waarbij 'tot 23.59' gemiddeld voor de beste conversie zorgt – dus dat is index 100. Het getal 80 is dan te lezen als 80% van optimale conversie. Houd er hierbij wel rekening mee dat het (conversie) effect van het verkorten van je levertijd van meerdere factoren afhankelijk is. Denk aan productcategorie, prijs, concurrentie en marktontwikkelingen.

Conversie index per levertijd

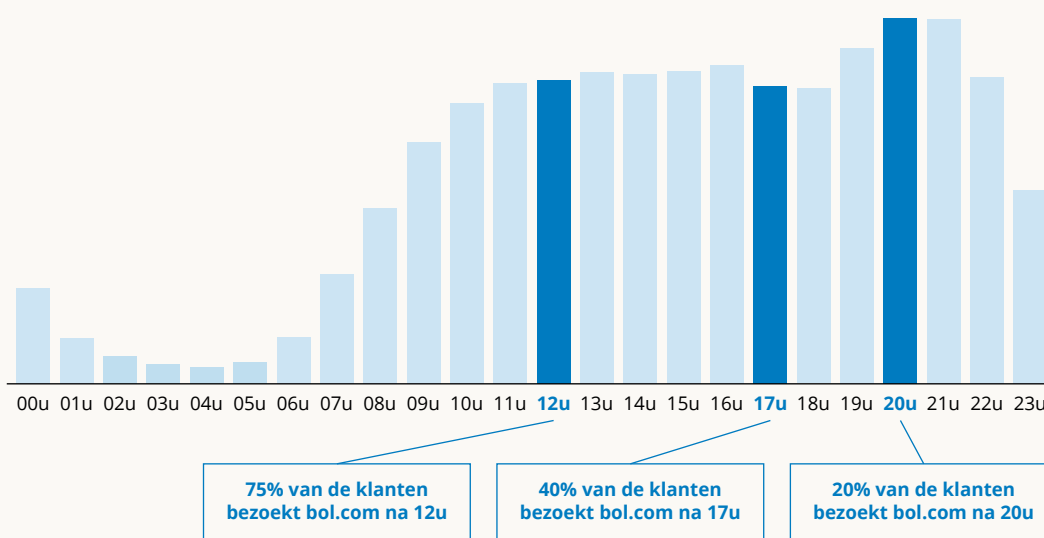


3. Uiterste besteltijd versus ‘de volgende dag in huis’ levering

Hanteer je een levertijd van ‘vandaag besteld, volgende dag in huis’? Dan is het handig om te weten wanneer bezoekers zich in jouw online winkel bevinden. Met ‘wanneer’ bedoelen we in dit geval het tijdstip. De piek op een gemiddelde dag bij bol.com ligt in de avond. Dus is jouw

uiterste besteltijd bijvoorbeeld 12:00 uur, dan ziet het merendeel van de bezoekers (75%) een levertijd van 2 werkdagen, in plaats van 1 werkdag. En dat heeft, zoals de eerder getoonde grafiek aangeeft, consequenties voor je conversie.

Gemiddelde klantenbezoeken per uur op bol.com



Ben je benieuwd naar de beste, uiterste besteltijd van jouw online winkel, zodat je klant slechts een dag op zijn bestelling hoeft te wachten? Deze grafiek geeft je een goed inzicht van het percentage bezoekers dat voor én na een bepaald tijdstip op bol.com winkelt.

Gemiddelde klantenbezoeken op bol.com voor en na cut-off tijd

tijd	voor	na
tot 12u	26%	74%
tot 13u	32%	68%
tot 14u	38%	62%
tot 15u	44%	56%
tot 16u	51%	49%
tot 17u	57%	43%
tot 18u	63%	37%
tot 19u	69%	31%
tot 20u	75%	25%
tot 21u	83%	17%
tot 22u	90%	10%
tot 23u	96%	4%
tot 23.59u	100%	0%

4. Effect van weekenddagen op de conversie

Merk je dat je na donderdag consequent veel minder artikelen verkoopt? Dan kan dat weleens te maken hebben met je levertijd. Als partner geef je je levertijden in werkdagen aan, waar de klant de levertijd in kalenderdagen ziet. In de dagen voor en tijdens het weekend pakt de levertijd die bij jouw artikel staat, dus langer uit. Dat geldt nog eens extra als je een levertijd van 2-3 werkdagen hanteert.

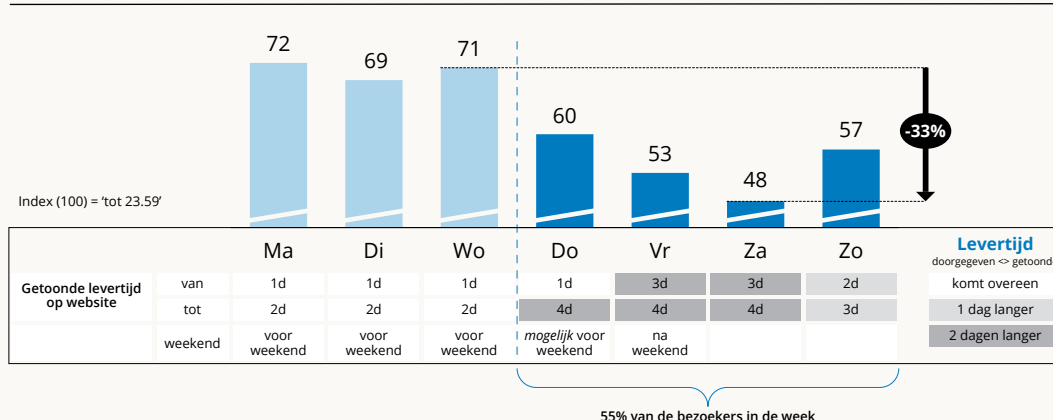
bestel je datzelfde artikel op vrijdag en wordt dat pas geleverd op dinsdag of zelfs op woensdag? Dan wordt het bijna een week later, wat voor je klant vaak al te laat is. Als je weet dat 55% van de klanten bol.com bezoekt vanaf donderdag tot en met zondag, begrijp je dat het verkorten van de levertijd van 1-2 of 2-3 werkdagen naar 1 werkdag een extra groot effect heeft. Zeker op de dagen voor het weekend.

Stel dat je klant op maandag een artikel bestelt dat hij op donderdag nodig heeft. Dan is er niet zoveel aan de hand. Maar

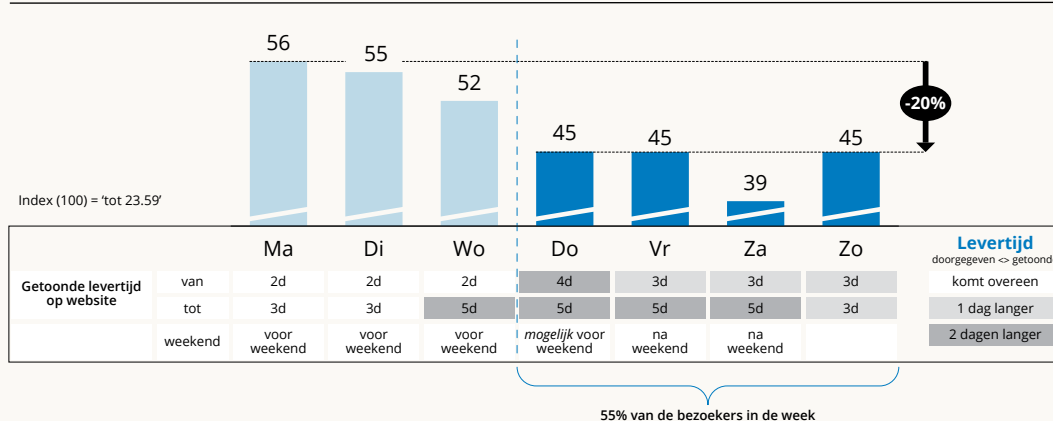
TIP: kun je al op zaterdag en/of maandag leveren? Geef het aan door aan [Partnerservice](#), zij stellen dit voor je in.

De grafiek geeft weer wat een levertijd van 1-2 werkdagen en van 2-3 werkdagen per dag met conversie doet. Een artikel dat op donderdag is besteld, wordt met een levertijd van 1-2 werkdagen 4 dagen later bezorgd. Dat is 2 dagen later en betekent dat de bestelling na het weekend wordt geleverd.

Conversie index van artikelen met 1-2 werkdagen levertijd



Conversie index van artikelen met 2-3 werkdagen levertijd





5. Zo kun jij je levertijd verkorten

Zie je na bovenstaande inzichten kans om je verkoopcijfers te verbeteren? Kijk dan eens wat je nog met je levertijd kunt doen. We geven je graag een paar goede handvatten mee, die je tegelijk of los van elkaar kunt inzetten. Zo kun je zelf testen hoeveel impact een korte levertijd heeft op jouw verkopen, door tijdelijk de levertijd te verkorten van een aantal populaire artikelen. Door je verkopen in die periode te vergelijken met de periode daarvoor, kun je zien wat het effect is. Trek hier bij voorkeur drie tot vier weken voor uit, want hoe langer de testperiode is, hoe accurater je inschatting wordt.

Wil je je levertijd verkorten? Dat kan op een aantal manieren:

→ Optimaliseer je logistieke proces. Je kunt bijvoorbeeld experimenteren met verschillende bezorgdiensten. Hun prestaties verschillen namelijk per regio en type verzendingen.

- Neem de populaire artikelen die je zelf niet op voorraad hebt liggen (crossdock of via dropshipment) wel zelf op voorraad, zodat je deze artikelen direct na bestelling zelf kunt versturen.
- Besteed het uit met de dienst [Logistiek via bol.com](#). Door je voorraad bij bol.com te leggen, geldt ook voor jouw assortiment 'voor 23:59 uur besteld, morgen in huis' en geniet je van alle Select-bezorgopties.
- Of besteed het uit door een externe e-fulfilment partij. Er zijn verschillende [e-fulfilment partijen](#) die jouw aanbod binnen een dag bij de klant kunnen bezorgen.

Wat vind je van deze whitepaper?

> Geef feedback