

UPS

TIM HELSEN

WAT DOET DE CONSUMENT POST-CORONA?

HET IS DIT JAAR NIET MAKKELIJKER GEWORDEN OM PAKKETJES DE WERELD ROND TE STUREN. TEGELIJK HEBBEN DE CORONALOCKDOWNS HET ONLINE SHOPPEN EEN ENORME BOOST GEGEVEN. IN HET SMART E-COMMERCE REPORT KIJKT UPS ALVAST VOORUIT NAAR DE MOGELIJKHEDEN NA CORONA: WAT GAAT DE CONSUMENT DOEN?

Om ondernemers te helpen de onstuimige groei van e-commerce te benutten, heeft UPS een rapport uitgebracht dat aangeeft waar de uitdagingen en mogelijkheden liggen in het post-coronatijdperk, nationaal en internationaal. Wat verwachten online shoppers in 2021 en 2022? “Met ons internationale netwerk, met meer dan 40.000 access points op goede locaties, weten we hoe belangrijk het is om te kunnen inspelen op de markt”, zegt Tim Helsen, algemeen directeur van UPS Nederland. “Daarom hebben we het Smart E-commerce Report uitgebracht, een onderzoek naar het gedrag en de verwachtingen van meer dan 10.000 Europese consumenten. We weten natuurlijk dat webshops een optimale klantervaring willen bieden, van ‘online store to door’. Maar wat wil de klant?”

LOGISTIEKE REPUTATIE

Uit het onderzoek blijkt: *online shopping is here to stay*. Ook na corona zal het gemak van thuiswinkelen volop worden benut, hetgeen nu al te merken is in de groei van het online kopen van productgroepen als kleding, schoenen en boodschappen. Van de Nederlandse consumenten kiest ruim 60% daarbij voor een grote, bekende retailer, mede vanwege de betrouwbaarheid van de service. Helsen: “Dat is ook niet zo gek. De snelle en veilige levering van

een besteld artikel is het beste bewijs van een goede klantervaring. En dat blijkt: in Nederland zegt 75% van de klanten bij hun keuze voor een webshop sterk te hechten aan de reputatie van de logistieke partner.”

Als de fysieke winkels weer open mogen, zullen de online sales bepaald niet instorten. Het aantal mensen in Europa dat zegt uitsluitend online te blijven shoppen is gestegen tot 15% – een verdubbeling in een jaar tijd. De luxe van de thuisbezorging, de goede deals en het gemak van bestellen zijn voordelen die niet verdwijnen als de winkelstraten weer vollopen.

GOUDEN STANDAARD

Helsen: “De *omnichannel shopping experience* wordt de gouden standaard, waarbij klanten in toenemende mate de grote shops en hun logistieke partners beoordelen op duurzaamheid, bijvoorbeeld in het verpakkingsmateriaal. Maar het zijn niet alleen de grote jongens die profiteren: ook de kleinere, lokale winkel wint aan sympathie: 23% shopt het liefst bij een lokaal bedrijf. Ook die markt groeit dus. Het coronajaar heeft e-commerce in een niet te stuiten stroomversnelling gebracht.”

Benieuwd naar de rest van het rapport?
Ontdek het op <https://solutions.ups.com/nl-smart-ecommerce.html> <



‘HET CORONA JAAR HEeft
E-COMMERCE IN EEN NIET TE
STUITEN STROOMVERSNELLING
GEBRACHT’