

## **39% van de shoppers geeft winkels geen tweede kans na slechte levering**

19-05-2022 10:50



## **FarEye-consumentenenquête wijst uit dat de vraag naar online winkelen en thuisbezorging toeneemt, maar dat bezorgervaring cruciaal is.**

FarEye, een wereldwijde aanbieder van SaaS-platforms voor het transformeren van "last-mile" logistiek, maakte vandaag de bevindingen bekend van haar onderzoek onder meer dan 1.000 consumenten in de VS. Het nieuwe onderzoek onthulde hoe winkelgewoonten en leveringsverwachtingen verschoven zijn als gevolg van de pandemie en de groei van e-commerce. FarEye's 2022 Consumer Behavior Survey peilde meer dan 1.000 personen ouder dan 18 jaar in de Verenigde Staten. De enquête werd in maart 2022 uitgevoerd.

Uit het onderzoek is gebleken dat een uitstekende leveringservaring essentieel is om onlinekopers tevreden te stellen en te houden, en de consumententrouw kan maken of breken. Vertragingen bij de levering en slechte communicatie dragen het meest bij aan slechte leveringservaringen en 36,8% van de consumenten heeft zijn mening over een merk gewijzigd als gevolg van een slechte ervaring. 38,9% van de shoppers is niet geneigd om winkeliers een tweede kans te geven na een slechte leveringservaring.

Tijdens de pandemie namen de verwachtingen op het gebied van realtime communicatie toe, aangezien 25% van de klanten toegang verwacht realtime tracking-informatie en actuele meldingen over de locatie van de bestelling tot aan de levering aan huis. Terwijl e-commerce blijft groeien, eisen klanten dat de koopervaring op en top is tot aan de voordeur. Judd Marcello, Chief Marketing Officer, FarEye zegt erover "Ons onderzoek benadrukt de noodzaak voor retailers om leveringen te zien als een belangrijke onderscheidende factor in hun aanbod en van cruciaal belang voor het creëren van tevreden, loyale klanten."

Het onderzoek vestigde ook de aandacht op de groei van e-commerce en de toegenomen afhankelijkheid van levering aan huis. Nu de pandemische beperkingen in het grootste deel van het land zijn opgeheven, is 30% van de consumenten van plan het grootste deel van hun boodschappen persoonlijk te doen, maar nog eens 32% van de respondenten gaf aan sinds de pandemie meer online te winkelen, en 65% van de online shoppers gaf aan de voorkeur te geven aan thuisbezorging boven afhalen in de winkel. Dit wijst op een aanhoudende verschuiving naar online winkelen en thuislevering in plaats van winkelen en afhalen in de winkel.

Uit het onderzoek van FarEye is gebleken dat 40% van de consumenten in de winkel koopt omdat ze er meteen bij willen zijn en 37% omdat ze producten willen testen. Dit onderstreept de uitdaging voor e-tailers om online en via leveringen de in-store ervaring te evenaren. "In deze omgeving moet de definitie van de klantervaring van merken worden uitgebreid naar in-store, online en thuis," merkte Marcello op. "Nu klanten afwegen of ze al dan niet naar de winkel zullen terugkeren terwijl de pandemische beperkingen worden opgeheven, wordt het nog belangrijker voor e-tailers om de in-person ervaring virtueel en via opvallende leveringen na te bootsen," zei hij.

### **Een samenvatting van de belangrijkste bevindingen uit dit onderzoek:**

- 36,8% van de consumenten heeft zijn mening over een merk gewijzigd als gevolg van een slechte ervaring
- 38,9% van de kopers zal retailers waarschijnlijk geen tweede kans geven na een slechte leveringservaring
- 25% van de klanten verwacht toegang tot realtime trackinginformatie en actuele meldingen over de locatie van de bestelling tijdens het hele proces van bestelling tot levering
- 30% van de consumenten is van plan het grootste deel van hun boodschappen persoonlijk te doen
- 32% van de respondenten van de consumentenenquête geeft aan meer online te winkelen sinds de

pandemie

- 65% van de online shoppers geeft aan thuisbezorging te verkiezen boven afhalen in een winkel

Redactie