

Nederland zet zich schrap voor pakketdrukke

10-11-2023 14:54



Voor retailers staat het drukste seizoen van het jaar voor de deur. Webwinkels moeten zich opmaken voor piekweken met een toename van het pakketvolume van maar liefst 63,7 procent. De drukste dag wordt Cyber Monday: dan worden er zo'n 47 pakketten per seconde verwerkt, een verdriedubbeling (+215,7%) vergeleken met een normale dag à 15 pakketten per seconde. Dat voorspelt verzendplatform Sendcloud op basis data van voorgaande jaren.

Volgens de prognoses worden er in het vierde kwartaal zo'n 1.153.168 pakketten per dag bezorgd. Een stijging van 30,5% vergeleken met een kwartaal eerder. Terwijl de traditionele feestdagen pas plaatsvinden in december, neemt het pakketvolume al vanaf november (+25,5%) gestaag toe. December is echter de drukste maand met ruim een derde (+31,0%) meer pakketten dan het gemiddelde over het hele jaar.

“Als gevolg van inflatie was het afgelopen jaar nog maar de vraag wat Black Friday en Cyber Monday gingen doen. In de praktijk bleken de koopjesdagen een blijvertje en noteerden we dezelfde week 5% groei ten opzichte van een jaar eerder. Ook dit jaar verwachten we daarom dat het traditioneel druk wordt,” aldus Rob van den Heuvel, CEO en Co-founder bij Sendcloud. “Bestel daarom op tijd en overweeg alternatieve verzendopties. Zo zijn afhaalpunten een goede keuze om het pakketnetwerk te verlichten, maar doen retailers er ook goed aan hun pakketten te verspreiden over meerdere vervoerders. Op die manier kun je flexibel inspelen op eventuele vertragingen.”

Alternatieve bezorgopties

Vanaf november moeten online shoppers daarom al rekening houden met mogelijke vertragingen in de pakketbezorging. Hoewel het pakketvolume al vanaf week 47 een vlucht neemt, tekent dat zich vanaf week 48 sterk af in de levertijden. Waar de gemiddelde levertijd van een pakket 1,61 dagen is, loopt dat in de week voorafgaand aan pakjesavond op tot 1,90 dagen. Consumenten bestellen daarom bij voorkeur op tijd of worden aanbevolen alternatieve bezorgopties te overwegen. Verzending naar een servicepunt is bijvoorbeeld aanzienlijk sneller in vergelijking met traditionele bezorging aan huis, namelijk 1,54 dagen tegenover 1,61 dagen.

Gemak en efficiëntie

Afhaalpunten zijn bovendien steeds meer bij consumenten in trek. Volgens recent onderzoek van Sendcloud groeide de voorkeur voor servicepunten van 6 procent in 2021 naar 9 procent in 2022. Opvallend is dat vooral millennials hier steeds vaker voor kiezen (13%), op de voet gevolgd door Gen Z (11%). Dit is in lijn met een bredere trend die laat zien dat jongere consumenten openstaan voor experimenten met nieuwe technologieën en diensten, en gemak en efficiëntie prioriteit geven betreft hun online winkelervaring.

Redactie