

"Aandeel betaalde retouren stijgt flink"

27-12-2023 16:00



Volgens recent onderzoek van retourtechnologieprovider ZigZag blijkt dat bijna de helft van alle retouren tijdens Black Friday en Cyber Monday al betaalde retouren waren (43%). Opmerkelijk is dat het totale aantal retouren 0,5% lager lag dan een jaar eerder, een groot contrast met 2022 toen er 8% meer retouren waren dan een jaar eerder.

De statistieken hangen waarschijnlijk samen met de gerapporteerde daling van 12% in online verkopen tijdens Black Friday en Cyber Monday, die veelal wordt toegeschreven aan de aanhoudende crisis in de kosten van levensonderhoud. Ook speelt mee dat Black Friday dit jaar vlak voor de dag viel waarop salarissen worden uitbetaald. De waarde van geretourneerde artikelen lag in het Verenigd Koninkrijk met 3,7% en wereldwijd met 10,4% lager dan in 2022. ZigZag baseert deze bevindingen op gegevens van hun Britse en internationale retailklanten.

De manier waarop klanten hun retouren afgeven is aan het verschuiven. Het thuis ophalen van pakketten neemt toe in populariteit met een stijging van 82% ten opzichte van vorig jaar, vanwege het gemak dat het de klanten biedt. Ook het afgeven van retouren bij lockers zag een flinke toename van 76% ten opzichte van vorig jaar en was goed voor bijna één op de vijf retouren (17%).

Al Gerrie, CEO van ZigZag, licht toe: "Steeds meer retailers brengen kosten in rekening voor retouren, waardoor bijna de helft van de retouren betaald waren. Dit is echter een positief teken voor retailers, omdat het laat zien dat klanten bereid zijn te betalen voor retouren, waardoor ze een deel van de verliezen door retouren kunnen terugwinnen."

"Wat echt interessant is, is de verandering in retourmethoden, vooral de locker-optie is populairder geworden. Toen lockers werden geïntroduceerd, waren ze voornamelijk alleen beschikbaar in grote steden, maar nu ze landelijk beschikbaar zijn geworden, kiezen klanten vaker voor deze optie vanwege het gemak. Retailers hebben ook ingezien dat meer mensen vanuit huis werken, wat de optie van het thuis ophalen van bestellingen steeds interessanter maakt."

Een andere bevinding van ZigZag is de toename van bestellingen, waarbij de verkeerde maat was besteld. Niet goed passende kleding is een veel genoemd reden geweest voor retouren, maar in 2023 was er een significante toename van 22% in klanten die de maat noemde als reden voor hun retour ten opzichte van 2022.

"Het probleem van maatvoering zal niet snel worden opgelost. Echter, als retailers willen dat dit minder impact heeft op retouren, moeten ze nauwkeurige maatgidsen, beoordelingen en afbeeldingen implementeren. Een andere optie, die ik verwacht dat volgend jaar aan populariteit zal winnen, zijn live-uitwisselingen. Op die manier, als de maat niet goed is, hoeven klanten niet te retourneren en opnieuw te kopen."

Redactie