

Country Playbook: Nederland

2024 Unified Commerce Benchmark

01

Marktperspectief

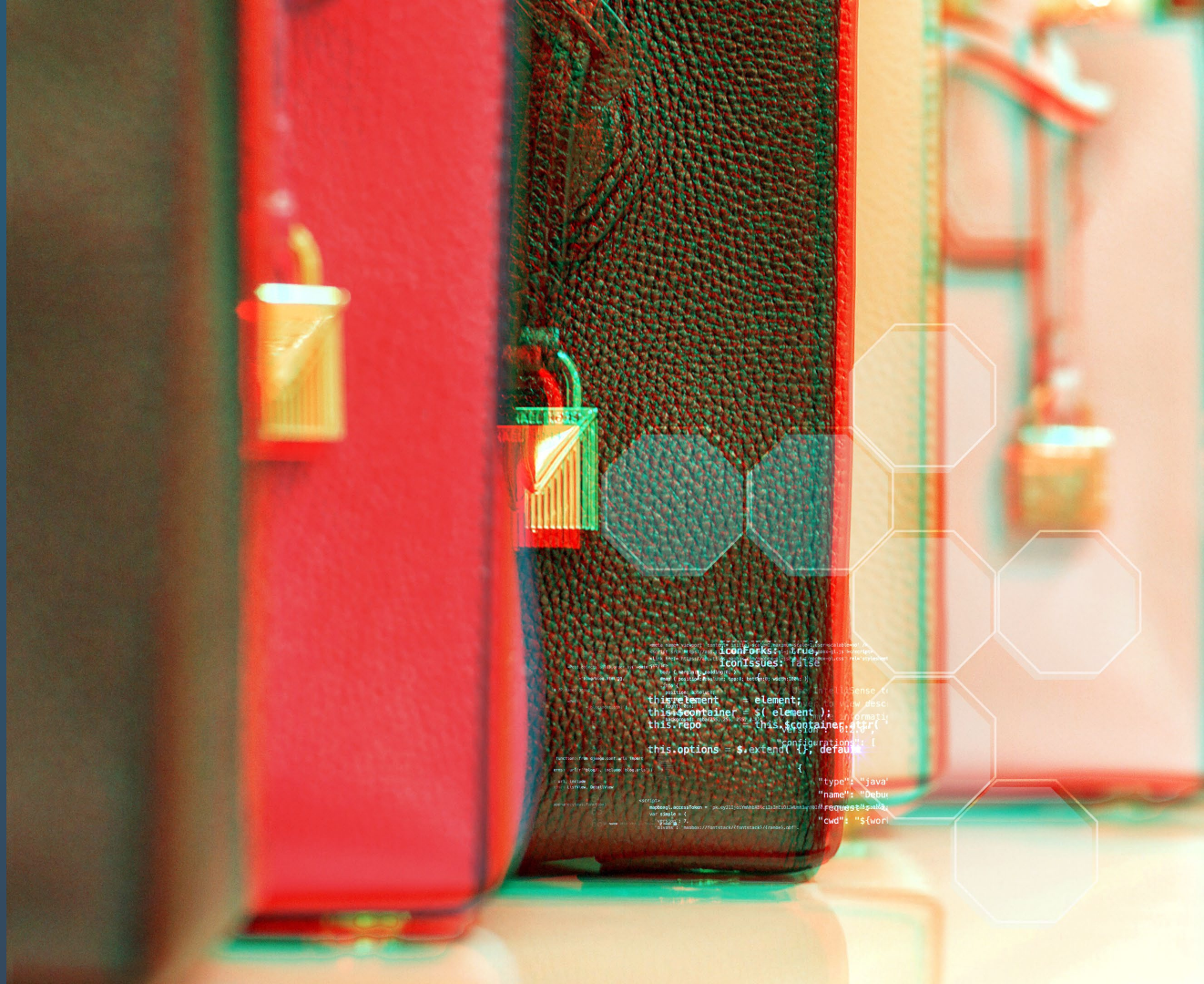
03

Competentie-
mogelijkheden

02

Unified Commerce
Benchmark

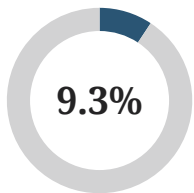
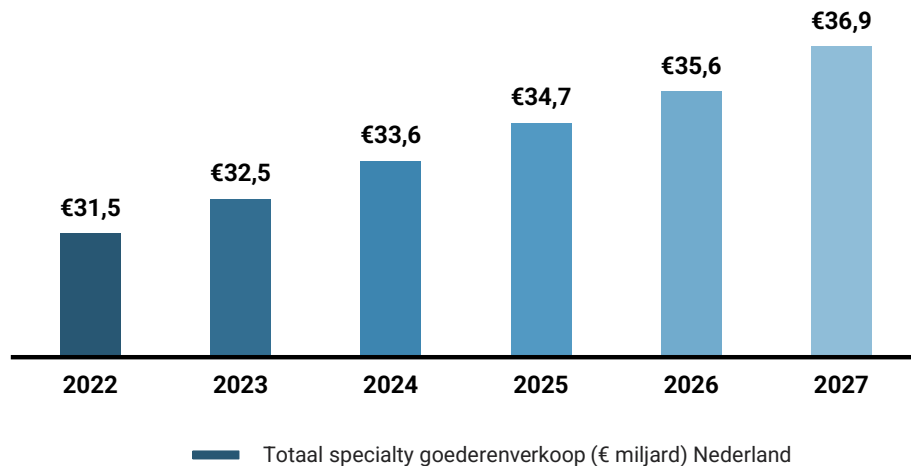
Markt- perspectief



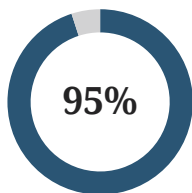
Marktperspectief

Specialty retailverkoop in Nederland zullen naar verwachting stijgen tot een samengestelde jaarlijkse groei (CAGR) van 4.1% (2022-2027), In 2027 is de verwachting een overall marktgrootte van €36.9 miljard, in 2022 was dat €31.5 miljard. De groei komt voornamelijk door de grote toename in home & DIY en het luxe segment.

Specialty retailmerken in subsegmenten: apparel & footwear, home & DIY and luxe producten doen significante investeringen in het verbeteren van hun digitale competenties in klantbetrokkenheid, zichtbaarheid in de ordervoorraad, fulfilment, duurzaamheid en gepersonaliseerde winkelervaringen, zowel online als in de winkel.



verwachte CAGR (2024-2029) voor onlineverkoop in Nederland.



van de internetgebruikers in Nederland koopt producten online.



4 van de 5

shoppers in Nederland zeggen dat hun winkelgedrag verduurzaamt.



1 van de 2

shoppers in Nederland zou opnieuw bij een merk kopen als deze een gepersonaliseerde ervaring biedt.

Digitaal is de standaard.

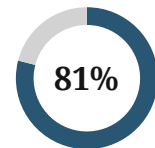
Shoppers gebruiken steeds vaker digitale platforms om inspiratie op te doen, producten te vergelijken en aankopen te doen in alle specialty retailsegmenten. De naadloze integratie van zowel digitale als fysieke ervaringen is van groot belang nu shoppers actief op zoek gaan naar gepersonaliseerde interacties met merken in elke fase van hun shopping journey.

Gemak is een commodity.

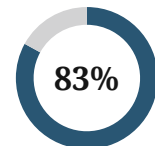
Nu gemak een belangrijke factor wordt in specialty retail, moeten merken verder gaan dan snel leveren en een probleemloze end-to-end ervaring bieden. Ze moeten de verwachtingen van de shopper bijstellen door onderscheidende digitale mogelijkheden en diensten aan te bieden die op hun uiteenlopende behoeften en voorkeuren inspelen. Dit kan worden bereikt door de juiste balans tussen efficiënte self-service en een persoonlijke benadering.

Goeddoen is een merk.

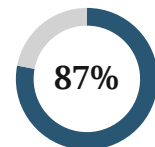
De moderne shoppers zijn zich steeds meer bewust van de impact van hun keuzes op het milieu en de maatschappij. Ze verwachten van merken dat ze zich inzetten voor duurzaamheid, ethische kwesties en sociale rechtvaardigheid.



van de shoppers in Nederland zoekt eerst online alvorens producten te kopen.



van de shoppers in Nederland geeft de voorkeur aan self-servicemogelijkheden om orders te wijzigen of te annuleren.



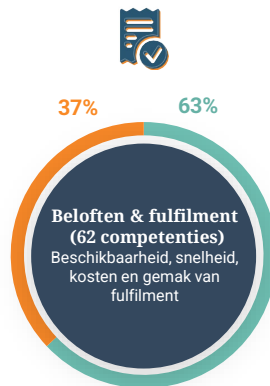
van de shoppers in Nederland is meer geneigd een product te kopen met een herbruikbare verpakking.

2024 Unified Commerce Benchmark
Country Playbook: Nederland

Unified Commerce Benchmark- overzicht



2024 Unified Commerce Benchmark Index voor Specialty Retail in Europa



OE: % Onderscheidende ervaringen, TS: % Table Stakes Experiences

Dit country playbook is gebaseerd op inzichten van het Unified Commerce Benchmark voor Specialty Retail in Europa 2024 en Incisivs in-market shopper- en executive onderzoek, en van de analyse van verzamelde gegevens van de onderzochte retailers als onderdeel van deze benchmark.

[Lees meer over de index.](#)

50*

retailers in diverse specialty retailsegmenten zijn gebenchmarkt.

10

retailers maken deel uit van dit country playbook. Vier retailers waren onderdeel van deze Europese benchmark, 6 specialty retailers in Nederland zijn toegevoegd.

290+

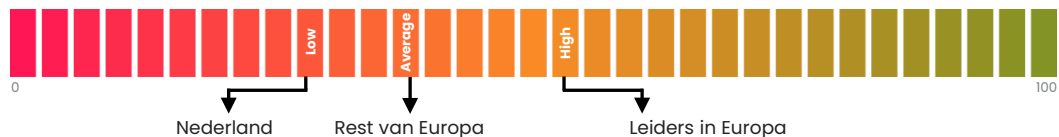
klantervaringscompetenties zijn getoetst in zowel vergelijkbare als industriesegmenten.

Nationale maturiteit

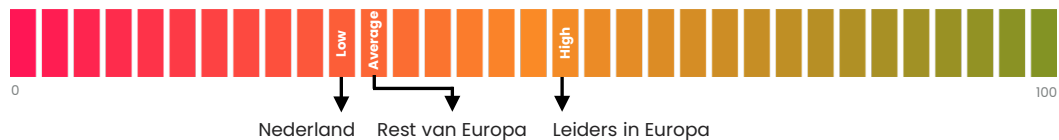
Specialty retailers in Nederland hebben een lagere Unified Commerce-maturiteit vergeleken met het Europese gemiddelde. Belangrijkste bevindingen en aanbevelingen zijn onder andere:

- **Bouw voort op sterke punten:** Richt je op het verbeteren van de zoek- en afrekenervaring, aangezien dit het competentiegebied is met de hoogste volwassenheid. Verbeter het zoekproces door middel van geavanceerde productvindbaarheid en voorraadzichtbaarheid. Streef naar een vereenvoudigd afrekenproces met functies zoals uitgebreide betalingsopties en innovatieve diensten zoals het verhuren/inruilen van producten.
- **Beloften en afhandeling transformeren:** Competentiegebied met de laagste maturiteit. Retailers moeten prioriteit geven aan operationele efficiëntie door geavanceerde fulfilmentopties te bieden en mogelijkheden voor gesplitste levering in te voeren.
- **Verbeter service & support:** Retailers in Nederland moeten zich richten op het verbeteren van de klantenservice door uitgebreide omnichannelondersteuning en evenementen/workshops in de winkel aan te bieden.

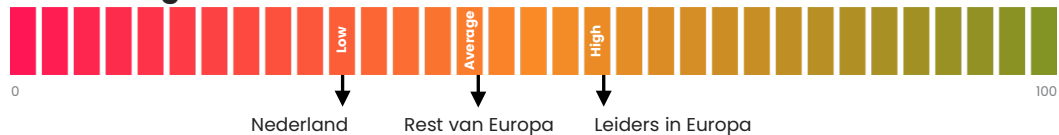
Overall maturiteit



Zoek & ontdek



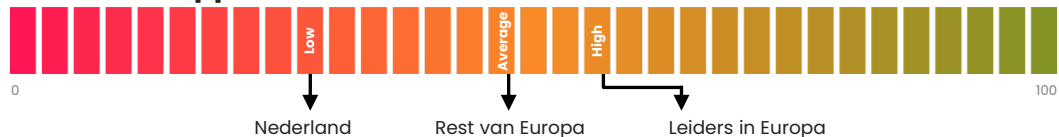
Winkelwagen & afrekenen



Beloften & fulfilment



Service & support





Leiders in Nederland

Incisiv erkent deze 2 merken als leider in de 2024 Unified Commerce Index in de van toepassing zijnde beoordelings-categorieën.

De index bevat een compleet leaderboard dat 50 retailers omvat in meerdere specialty retailsegmenten. Leaderboards bieden inzicht in zowel overall- als op competentieniveau.

[Lees verder.](#)

Nederlandse retailers als leiders beoordeeld, alfabetisch:



2024 Unified Commerce Benchmark
Country Playbook: Nederland

Zoek & ontdek

Country Playbook: Nederland



```
    "iconForks": true,
    "iconIssues": false,
    "this.element": element,
    "this.container": $(element),
    "this.repo": this.container.attr("repo"),
    "this.options": {
      "type": "java",
      "name": "Debu",
      "packageName": "com",
      "cwd": "${wor
```

Waarom het belangrijk is.

Zoek & ontdek omvat het creëren van gepersonaliseerde winkelervaringen op basis van de intentie van de shopper. Of ze nu op zoek zijn naar een bepaald artikel of een nieuw merk willen ontdekken, het is essentieel om de vindbaarheid van producten te verbeteren om het klanttraject naadloos te laten verlopen.

80% van de shoppers

in Nederland is bezorgd over duurzaamheid en geeft de voorkeur aan milieuvriendelijke producten.

88% van de shoppers

vindt productaanbevelingen een waardevol hulpmiddel dat naadloze navigatie op websites mogelijk maakt.

70% van de shoppers

is geneigd een aankoop te doen als ze gepersonaliseerde aanbevelingen en zoekresultaten krijgen.

Wat leiders goed doen.

Leiders slagen in zoeken en ontdekken door categoriespecifieke aanbevelingen te doen op Product Display Pages (PDP's), duurzaamheidsrichtlijnen te publiceren, gebundelde productaanbiedingen te doen en te zorgen voor naadloze productbeschikbaarheid online en in de winkel.

Genuanceerde en grondige ervaring	Nederland	Europa gemiddeld	Leiders in Europa
Categoriespecifieke aanbevelingen op PDP	90%	87%	100%
Duurzaamheidsinitiatieven en ESG-praktijken	70%	85%	70%
Gebundelde productaanbiedingen (suggestie de look/set te kopen)	80%	57%	75%
Productbeschikbaarheid online en in specifieke winkels	65%	47%	88%

Opvallende competenties.

Specialty retailers in Nederland blinken uit in zoek en ontdek, mits er meer transparantie is met details over verantwoorde herkomst en een streven naar duurzaamheid. De winkelervaring wordt verrijkt door de geavanceerde productzichtbaarheid, met aankondigingen van nieuwe artikelen, suggesties om de look of set te kopen en een gedetailleerd overzicht van de voorraad.

80%

Verbeterde transparantie: verantwoorde herkomst en duurzaamheidsinitiatieven van het merk.

60%

Gedetailleerde feedback: verzamelde en individuele productbeoordelingen.

70%

Geavanceerde productzichtbaarheid: aankondigingen van nieuwe artikelen, trends, beschikbaarheid in bepaalde winkels en gebundelde productaanbevelingen.

Verbeterkansen.

Om zoeken en ontdekken te verbeteren, kunnen retailers in Nederland hun geavanceerde vindbaarheid verfijnen met effectieve filters en een 'endless aisle'-ervaring creëren met gerichte meldingen en aanbevelingen. Deze verbeteringen sluiten aan bij de veranderende verwachtingen van de klant voor een dynamisch en efficiënt ontdekkingsproces.

23%

Geavanceerde vindbaarheid: filter producten op beschikbaarheid, duurzaamheid of fulfilmentmethode.

35%

Lage voorraad aanmerken en meldingen als artikelen weer terug op voorraad zijn.

20%

Geavanceerde productzichtbaarheid: aanbevelingen op de homepage

Spotlight: Shoppersymphonie

Leiders in retail geven prioriteit aan het creëren van een uitzonderlijke winkelervaring door het toepassen van effectieve merchandising-strategieën, het bevorderen van transparantie in productvoorraden, het aanbieden van virtuele winkelervaringen, het implementeren van duurzaamheidsinitiatieven en het stimuleren van persoonlijke contacten in de winkel. Deze aanpak verrijkt het winkeltraject en stelt klanten in staat om weloverwogen beslissingen te nemen.



Bureau Mateo teak visgraat

Uitstekend beoordeeld

★★★★☆ 37 klantreviews



KARWEI Landgraaf

1 in stock

Open today from 09:00 to 21:00

Select as my hardware store

Click & Collect



Fietspomp

★★★★☆ 12 klantreviews

Online bijna uitverkocht

In winkelwagen

Realtime voorraadzichtbaarheid voor makkelijk winkelen

46% van de shoppers controleert de voorraad online voordat ze een aankoop doen en 38% doet dit voordat ze een winkel bezoeken, wat het belang van realtime voorraadzichtbaarheid onderstreept. Dit verhoogt niet alleen de transparantie in het productzoekproces, maar vermindert ook wrijving in het aankoopproces.

Karwei geeft inzicht in de beschikbare voorraad in individuele winkels en geeft meldingen op PDP wanneer nog maar een beperkte hoeveelheid op voorraad is.



THE RITUAL OF MEH
Incense Cones

IN WINKELWAGEN

Speciaal voor jou uitgekozen



Fragrance Sticks

The Ritual of Meh, gaurusticks, 200 ml



Refill Fragrance Sticks

The Ritual of Meh, reeking gaurusticks, 200 ml

Gebundelde productaanbiedingen voor een verbeterde winkelervaring

91% van de shoppers winkelt eerder bij merken die relevante aanbiedingen en aanbevelingen doen. Omdat consumentenvoorkeuren voortdurend veranderen, helpt het doen van gepersonaliseerde aanbevelingen, zoals gebundelde productaanbiedingen, bij het creëren van een frictieloze winkelervaring en verhoogt het ook de gemiddelde bestelwaarde.

Met **Rituals** kunnen shoppers gebundelde productsuggesties bekijken, inclusief aanbevelingen over met welke artikelen een bepaald product kan worden gecombineerd, waardoor het zoek- en ontdekkingsproces moeiteloos verloopt.

Winkelwagen & afrekenen



Waarom het belangrijk is.

Winkelwagen & afrekenen omvat de mogelijkheden en ervaringen die retailers bieden om shoppers te helpen bij het maken van weloverwogen aankoopbeslissingen. Om het proces van productselectie tot succesvolle aankoop soepel te laten verlopen, is een naadloze winkelervaring van het grootste belang, vooral als klanten van het ene kanaal naar het andere overstappen.

43% van de shoppers

in Nederland is bezorgd over de veiligheid en privacy van betalingen.

31% van de shoppers

in Nederland geeft de voorkeur aan een cadeaubon in plaats van andere aanbiedingen. 24% geeft de voorkeur aan koop nu, betaal later.

50% van de shoppers

in Nederland geeft de voorkeur aan PayPal om online betalingen te doen.

Wat leiders goed doen.

Leiders faciliteren een naadloze winkelwagen- en afrekenervaring door verschillende betalingsopties te bieden, zoals PayPal of nu kopen, later betalen, alsook het afrekenproces te stroomlijnen met versnelde opties en het bieden van gepersonaliseerde suggesties en productaanpassingen. Deze flexibele functies helpen het afrekenproces makkelijk en moeiteloos te maken.

Genuanceerde en grondige ervaring	Nederland	Europa gemiddeld	Leiders in Europa
Betalen via PayPal of nu kopen, later betalen is mogelijk	80%	80%	75%
Versnelde afrekenopties	65%	62%	63%
Bekijk of plaats suggesties in de winkelwagen	50%	43%	50%
Productpersonalisatie	30%	45%	75%

Opvallende competenties.

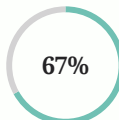
Specialty retailers in Nederland onderscheiden zich in het afrekenproces door naadloze promotionele codetoepassingen en veelzijdige betalingskeuzes aan te bieden, waaronder PayPal, cadeaubonnen of uitgestelde betalingsmethoden. De gepersonaliseerde betaalervaring wordt verder verbeterd door geavanceerde bestelfuncties, waardoor klanten op meerdere apparaten toegang hebben tot hun winkelwagen.



Toegang tot de winkelwagen via meerdere apparaten.



Promotionele codes bekijken en toepassen bij afrekenen



Flexibele betalingen: PayPal, cadeaubonnen en uitgestelde betalingsopties

Verbeterkansen.

Specialty retailers in Nederland kunnen de winkelervaring verbeteren door innovatieve diensten te introduceren, zoals voorraadzichtbaarheid, meldingen voor artikelen die niet op voorraad zijn en verbetering van de communicatie voor producten die in het winkelwagentje zijn achtergebleven. Het uitbreiden van betaalmogelijkheden met mobiele portemonnees of betalingen via loyaliteitspunten/-beloningen kan de flexibiliteit verder verbeteren.



Communicatie voor producten die nog in het winkelwagentje liggen of informatie over de beschikbare voorraad bij afrekenen



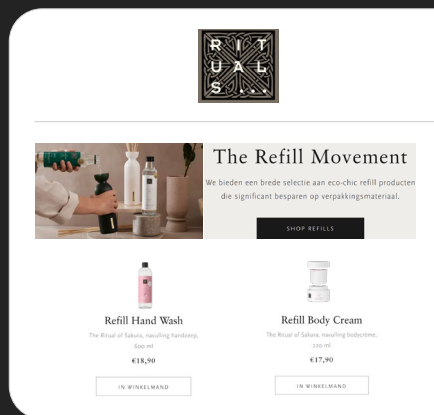
Uitgebreide betalingsopties: mobiele portemonnee of loyaliteitsbeloningen



Meldingen voor producten in de winkelwagen die niet meer op voorraad zijn vóór afrekenen

Spotlight: Geoptimaliseerd afrekenen

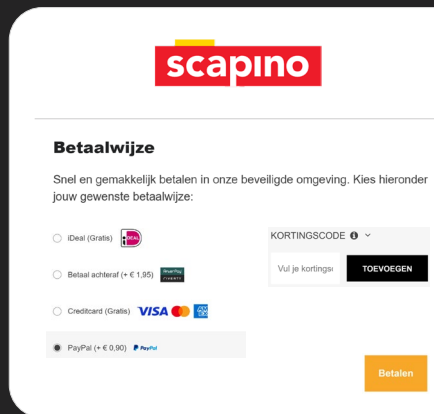
Retailers moeten de offline- en online-ervaring naadloos integreren om de klanttevredenheid te vergroten. Toonaangevende retailers maken vorderingen met het creëren van een eenduidig beeld van de winkelwagen van de klant, het ondersteunen van de wederverkoop en het recyclen van oude artikelen, het aanbieden van maatwerk en het bieden van flexibele betalingsopties om de klantrelatie te versterken.



Milieubewust winkelen bevorderen door recyclen en hervulbare items

43% van de shoppers geeft aan dat de erkenning van merken als zijnde ethisch of duurzaam bijdraagt aan hun vertrouwen en uitgaven. Nu consumentenvoorkeuren evolueren en de aantrekkingskracht van circulaire mode toeneemt, beschouwt een steeds groter deel van het winkelend publiek duurzaamheid als een van de belangrijkste factoren bij hun aankoopbeslissingen.

Rituals draagt bij aan een duurzaam milieu door hervulbare of recyclebare verpakkingen aan te bieden. Dit bespaart aanzienlijk op verpakkingsmateriaal en stelt shoppers ook in staat om geld te besparen.



Meer gemak met veelzijdige betalingsopties

58% van de shoppers zou een bestelling annuleren als de betalingsprocedure ingewikkeld is en uit meerdere stappen bestaat. Door klanten een naadloos betaalproces te bieden met verschillende betaalopties, wordt hun winkelervaring gestroomlijnd. Door klanten de mogelijkheid te bieden om meerdere betaalmethoden te gebruiken, wordt het afrekenproces bovendien verbeterd, zodat betalingen veilig en moeiteloos verlopen.

Scapino verbetert het comfort van de shopper door betalingen met PayPal, creditcard, internetbankieren en andere methoden toe te staan, samen met promotiecodes.

2024 Unified Commerce Benchmark
Country Playbook: Nederland

Beloften & fulfilment



```

This program is distributed in the hope that it will be useful,
but WITHOUT ANY WARRANTY; without even the implied warranty of
MERCHANTABILITY or FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.
See the GNU General Public License for more details.
You should have received a copy of the GNU General Public License
along with this program. If not, see <http://www.gnu.org/licenses/>.

```

If you did not receive a copy of the GNU license, or have any
questions about this license, please contact:

Free Software Foundation, Inc.
59 Temple Place, Suite 330, Boston, MA 02111-1307, USA

These are common scenarios used in various situations:

```

COPYING AND DISTRIBUTION
Copyright (C) 2004 Free Software Foundation, Inc.
This program is free software; you can redistribute it and/or
modify it under the terms of the GNU General Public License as
published by the Free Software Foundation; either version 2 of
the License, or (at your option) any later version.
This program is distributed in the hope that it will be useful,
but WITHOUT ANY WARRANTY; without even the implied warranty of
MERCHANTABILITY or FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.
See the GNU General Public License for more details.
You should have received a copy of the GNU General Public License
along with this program. If not, see <http://www.gnu.org/licenses/>.

```

These are common scenarios used in various situations:

```

COPYING AND DISTRIBUTION
Copyright (C) 2004 Free Software Foundation, Inc.
This program is free software; you can redistribute it and/or
modify it under the terms of the GNU General Public License as
published by the Free Software Foundation; either version 2 of
the License, or (at your option) any later version.
This program is distributed in the hope that it will be useful,
but WITHOUT ANY WARRANTY; without even the implied warranty of
MERCHANTABILITY or FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.
See the GNU General Public License for more details.
You should have received a copy of the GNU General Public License
along with this program. If not, see <http://www.gnu.org/licenses/>.

```

These are common scenarios used in various situations:

```

COPYING AND DISTRIBUTION
Copyright (C) 2004 Free Software Foundation, Inc.
This program is free software; you can redistribute it and/or
modify it under the terms of the GNU General Public License as
published by the Free Software Foundation; either version 2 of
the License, or (at your option) any later version.
This program is distributed in the hope that it will be useful,
but WITHOUT ANY WARRANTY; without even the implied warranty of
MERCHANTABILITY or FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.
See the GNU General Public License for more details.
You should have received a copy of the GNU General Public License
along with this program. If not, see <http://www.gnu.org/licenses/>.

```

Waarom het belangrijk is.

Beloften & fulfilment omvatten het scala aan mogelijkheden en interacties die retailers inzetten om shoppers handige fulfilmentopties en nauwkeurige bestelverplichtingen te bieden. Tijdens het hele winkeltraject moeten retailers belangrijke informatie verstrekken over bestelling en levering, zodat het vertrouwen van de shopper wordt bevorderd en de kans op succesvolle conversies toeneemt.

54% van de shoppers

in Nederland beschouwt lage prijzen en gratis levering als de belangrijkste factoren die de besluitvorming beïnvloeden om online aankopen te doen.

30% van de shoppers

in Nederland is bezorgd over de betrouwbaarheid en snelheid van levering.

85% van de shoppers

zegt dat een slechte leveringservaring hen zou weerhouden om nog een keer een aankoop te doen.

Wat leiders goed doen.

Leiders verbeteren de fulfilmentervaring door een reeks fulfilmentopties aan te bieden: ophalen bij afhaalpunten en gratis ship-to-store opties en de mogelijkheid om orders in realtime te volgen en regelmatig orderupdates te ontvangen. Deze klantgerichte functies onderscheiden hen en bieden een niveau van gemak en flexibiliteit dat ongeëvenaard is in de branche.

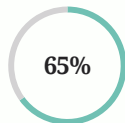
Genuanceerde en grondige ervaring	Nederland	Europa gemiddeld	Leiders in Europa
Realtime orderopvolging en -updates	80%	62%	100%
Leveringsplanning	40%	17%	50%
Optie van ophalen bij afhaalpunten	70%	39%	80%
Mogelijkheid van gratis verzending naar een winkel	40%	28%	50%

Opvallende competenties.

Specialty retailers in Nederland zijn goed in beloften- en fulfilmentservices met onderscheidende mogelijkheden zoals realtime orderzichtbaarheid, proactieve communicatie en de optie om meerdere fulfilmentmethoden te kiezen. Deze mogelijkheden dragen bij aan een naadloze en klantgerichte winkelervaring.



Realtime orderzichtbaarheid



Ordertransparantie: het volgen van de order via de app/website, third-party retailers



Mogelijkheden voor afhalen in de winkel (BOPIS) en verzenden naar de winkel

Verbeterkansen.

Specialty retailers in Nederland kunnen de beloften- en fulfilmentervaring verbeteren door flexibele opties aan te bieden, zoals support voor orderwijzigingen/annuleringen en de mogelijkheid tot gesplitste levering binnen dezelfde order. Prioriteit geven aan duurzame keuzes en het delen van informatie over de CO2-voetafdruk sluit aan bij milieubewuste methoden.



Bestelflexibiliteit: mogelijkheid om een helpdesk te contacteren voor wijzigingen/annuleringen



Flexibele fulfilmentopties: Gesplitste levering



Duurzame keuzes : CO2-voetafdruk per leveringsmethode

Spotlight: Gestroomlijnd fulfilment

Leiders in retail streven naar een probleemloos fulfilmentproces door alternatieve leveringsmethoden aan te bieden, prioriteit te geven aan duurzaamheidsinitiatieven om de ecologische voetafdruk te verkleinen, proactieve communicatie tot stand te brengen en flexibiliteit na bestellingen te implementeren. Dit toont hun toewijding aan het verbeteren van klantervaringen en het inspelen op de veranderende verwachtingen van klanten.



The screenshot shows the Hunkemöller checkout page. At the top, the brand name 'hunkemöller' is displayed. Below it, the 'Checkout' section is active. There are two pickup options listed:

- Ophalen in winkel:** Amsterdam Flagship Kalverstr. Kalverstraat 110, 1012 PJ Amsterdam. A product image of a 'Pyjama broek Stripy' (Pink and white striped pajama pants) is shown with details: Kleur: Roze, Maat: S, Aantal: 1, and a price of 29.99.
- Ophaalpunt DHL:** HEMA Amsterdam Kalverpassage, Kalverstraat 212, 1012XH Amsterdam. A search bar below this option contains 'Postcode of Plaats: 1012 PJ' and shows '20 Resultaten for '1012 PJ''.

Ophaalopties bij afhaalpunten

Shoppers geven de voorkeur aan flexibele fulfilmentmethoden en willen zowel de levertijd als de kosten beperken. Het aanbieden van opties zoals afhalen bij een afhaalpunt vergroot niet alleen het gemak, maar bevordert ook de loyaliteit en beïnvloedt aankoopbeslissingen aanzienlijk.

Hunkemöller onderscheidt zich door verschillende verzendopties aan te bieden, zoals afhalen bij een DHL-afhaalpunt en afhalen in de winkel.



The screenshot shows the Gamma website's 'Bestelstatus opvragen' (Track Order) page. The breadcrumb trail is 'Home > Klantenservice > Bezorgen'. The main heading is 'Bezorgen' followed by 'Bestelstatus opvragen'. A prominent blue button with white text says 'Volg bestelling'. Below this, there is a form to track an order:

- Section: 'Bestelstatus opvragen'
- Input field: 'Ordernummer' (Order number)
- Input field: 'Postcode' (Postcode)
- Button: 'Opzoeken' (Search)

Mogelijkheid om bestellingen te volgen via app/website

90% van de shoppers geeft de voorkeur aan de mogelijkheid om hun online bestellingen te volgen. Merken kunnen eenvoudig voldoen aan deze self-servicevoorkeur door functies voor ordertracking aan te bieden via de website of app. Dit schept vertrouwen door realtime zichtbaarheid en stelt merken in staat om proactief met klanten te communiceren over leveringsschattingen.

Bij **Gamma** kunnen shoppers hun bestellingen volgen via de website. De huidige bestelstatus wordt weergegeven onder "Bestellingen" in het profiel van de gebruiker en shoppers ontvangen ook ordergerelateerde e-mails.

Service & support



Waarom het belangrijk is.

Service & support zorgen voor een positief aankooptraject met op maat gemaakte oplossingen, waarbij effectieve self-service en snelle persoonlijke assistentie worden benadrukt. Uitzonderlijke service heeft invloed op directe aankopen en bevordert duurzame loyaliteit. De mogelijkheden van omnichannel garanderen een naadloze supportervaring en verrijken de klantbetrokkenheid via verschillende contactpunten.

92% van de shoppers

in Nederland is meer geneigd een herhaalaankoop te doen na een positieve ervaring met de klantenservice.

39% van de shoppers

in Nederland is van merk veranderd door een slechte klantenservice-ervaring.

21% hogere gemiddelde orderwaarde

voor omnichannelshoppers in Nederland vergeleken met degenen die slechts één kanaal gebruiken.

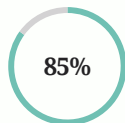
Wat leiders goed doen.

Leiders verbeteren de klantervaring door middel van handige retouropties via meerdere kanalen, het controleren van de omnichannelaankoopgeschiedenis of ondersteuning van voorraad-/productgegevens door winkelmedewerkers en support voor shoppers via sociale media.

Genueanceerde en grondige ervaring	Nederland	Europa gemiddeld	Leiders in Europa
De mogelijkheid van winkelmedewerkers om voorraad- en productdetails te controleren	85%	67%	75%
De mogelijkheid van winkelmedewerkers om eerdere omnichannelaankopen van de shopper in te zien	60%	49%	75%
Retouren via postkantoor/koerierbedrijven	70%	57%	100%
Support via sociale media	60%	30%	75%

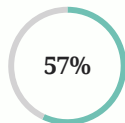
Opvallende competenties.

Specialty retailers in Nederland onderscheiden zich in service en support en bieden flexibele retourmogelijkheden via handige inleverpunten. Met toegankelijke ondersteuning via telefoon en sociale media worden klanten snel geholpen. Live ondersteuning van medewerkers voor verschillende vragen, waaronder betalingen, orderwijzigingen, accountbeheer en retourzendingen, zorgt voor een nog betere klantervaring.



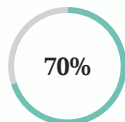
85%

De mogelijkheid van winkelmedewerkers om voorraad- en productdetails op te zoeken.



57%

Support via live chat, telefoon en socialmediaplatforms



70%

Flexibele retouren: retouritems bij inleverpunten (bv. verzamelpunten voor pakketten)

Verbeterkansen.

Specialty retailers in Nederland kunnen de service- en supportervaring verbeteren met geavanceerde opties voor het plannen van retourzendingen en het personaliseren van de winkelervaring door shoppers de mogelijkheid te bieden winkelevenementen te boeken. Daarnaast zorgt het bieden van ondersteuning voor alle productgerelateerde vragen en omruilingen voor een grotere betrokkenheid en een unieke supportervaring.



20%

Geavanceerde retouropties: retourplanning



10%

Gepersonaliseerde winkelervaring: mogelijkheid om evenementen in de winkel te boeken



15%


Support in productbeschikbaarheid, omruilingen en technische productdetails


Spotlight: Gepersonaliseerde assistentie

Leiders in de retailsector gaan verder dan traditionele klantondersteuning door een reeks serviceopties aan te bieden, waaronder socialmediasupport, callcenters, live agents en assistentie in de winkel. Ze bieden ook tijdige updates, vereenvoudigen retourzendingen, reageren snel, bieden 'stille' ondersteunings-opties zoals sms en zorgen voor gepersonaliseerde merkinteracties. Deze maatregelen zorgen voor 360-graden transparantie en een uitgebreide klantenservice-ervaring die 24/7 beschikbaar is.



Contact opnemen

 Vraag over je bestelling ?

 Whatsapp met de klantenservice
+3197010241717

 Bel met de klantenservice
085-0028020

 Stel je vraag via Mail

• Nu Live, vandaag tot 18:00. Gesloten op zon- en feestdagen.

Uitgebreide customer support

40% van de klanten verwacht dat merken hun problemen oplossen via hun voorkeurscommunicatiekanalen. Een multichannel-klantenservicestrategie, met sociale media, telefoon en e-mail, zorgt voor toegankelijkheid en biedt klanten flexibiliteit. Socialmediakanalen bieden realtime interactie en transparantie, telefonische ondersteuning biedt persoonlijke hulp en e-mail zorgt voor 24/7 gedocumenteerde communicatie.

Praxis biedt ondersteuning via telefoon, e-mail, live chat en sociale media voor bestellingen, producten, retouren en vragen over omruilingen.



Retourneren & Ruilen

Hoe kan ik een item retourneren bij Hunkemöller.nl?

- Terugkopen via een DHL Servicepunt 011 015
1. Registreer de retour in mijn Hunkemöller account. Het is het bestelnummer nodig en het e-mailadres waarmee de bestelling werd geplaatst. Je vindt het bestelnummer in de laatste afleveringsbrief.
 2. Verzorg de retourzending in de originele doos. Het is de originele doos niet meer? Gebruik dan een andere sterke verpakking. Verpak het artikel in een doos die niet te klein is.
 3. Je hebt geen ander nodig. Je ontvangt een bevestigings-e-mail van de retourzending met een QR-code.
 4. Je hebt geen ander nodig. Je ontvangt een bevestigings-e-mail van de retourzending met een QR-code.
 5. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender.
 6. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender.
 7. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender. Het artikel wordt afgeleverd aan de afzender.

Mogelijkheid om items te retourneren via koeriersdiensten

Het gemak van het afleveren van retourzendingen bij koeriersbedrijven vereenvoudigt niet alleen het retourproces voor klanten door toegankelijke afgiftepunten te bieden, maar geeft hen ook meer controle over hun retourzendingen, wat aansluit bij de vraag van de hedendaagse consument naar flexibiliteit. De tijd- en kostenbesparingen die met deze optie gepaard gaan, laten zien dat een merk zich inzet voor klanttevredenheid en creëren een positieve associatie.

Hunkemöller biedt shoppers de mogelijkheid om artikelen te retourneren bij koeriersbedrijven.

Categorie	Maturiteit Nederland
Overall	Onder het gemiddelde
Zoek & ontdek	Onder het gemiddelde
Winkelwagen & afrekenen	Onder het gemiddelde
Beloften & fulfilment	Onder het gemiddelde
Service & support	Onder het gemiddelde

Retailer	Leider in
Karwei	Zoek & ontdek
Rituals	Zoek & ontdek

Opvallende competenties:

- Meer transparantie: informatie over verantwoorde bronnen en duurzaamheidsinitiatieven van het merk (ZO)
- Gedetailleerde feedback: verzamelde en individuele productbeoordelingen (ZO)
- Uitgebreide zichtbaarheid van producten: meldingen voor nieuwe artikelen, trendy producten, beschikbaarheid bij specifieke winkels en gebundelde productaanbevelingen (ZO)
- Toegang tot winkelwagen op meerdere apparaten (WA)
- Promotiecodes bekijken en toepassen bij het afrekenen (WA)
- Flexibele betalingen: PayPal, cadeaubonnen en opties voor uitgestelde betaling (WA)
- Realtime zichtbaarheid van bestellingen (BF)
- Besteltransparantie: bestelling volgen via app/website, third-party retailers (BF)
- Mogelijkheid tot afhalen in de winkel (BOPIS) en verzending naar de winkel (BF)
- Mogelijkheid voor winkelmedewerkers om voorraad- en productdetails op te zoeken (SS)
- Ondersteuning via live chat, telefoon en sociale media (SS)
- Flexibele retourmogelijkheden: artikelen terugbrengen naar afhaallocaties (bijv. pakketverzamelpunten) (SS)

Verbeterkansen:

- Geavanceerde vindbaarheid: producten filteren op beschikbaarheidsstatus, duurzaamheid of uitvoeringsmethode (ZO)
- Notificaties voor lage voorraad en weer op voorraad voor out-of-stockartikelen (ZO)
- Verbeterde productzichtbaarheid: suggesties op de startpagina (ZO)
- Merkkommunicatie voor producten die in de winkelwagen zijn achtergebleven of voorraadbeschikbaarheidsstatus bij het afrekenen (WA)
- Uitgebreide betalingsopties: mobiele portemonnees of loyaliteitsbeloningen (WA)
- Meldingen voor uitverkochte voorraad in winkelwagen voor afrekenen (WA)
- Flexibiliteit bij het bestellen: mogelijkheid om contact op te nemen met helpdesk voor wijzigingen (BF)
- Flexibele fulfilmentopties: gesplitste levering (BF)
- Duurzame keuzes: CO2-voetafdruk per leveringsmethode (BF)
- Geavanceerde retouropties: retourplanning (SS)
- Persoonlijke ervaring in de winkel: mogelijkheid om evenementen in de winkel te boeken (SS)
- Ondersteuning bij productbeschikbaarheid, ruilen en technische productgegevens (SS)

O = Overall | ZO = Zoek & ontdek | WA = Winkelwagen & afrekenen | BF = Beloften & fulfilment | SS = Service & support

Verdiep u in de 2024 Unified Commerce Benchmark voor Specialty Retail in Europa

Voor een uitgebreide analyse van unified commerce in alle segmenten van de specialty retail mag u de "2024 Benchmark: Unified Commerce voor Specialty Retail in Europa" niet missen.

Verkrijg waardevolle inzichten, best practices en uitgebreide casestudy's van marktleiders. Verbeter de klantervaring van uw merk en blijf de concurrentie voor met het volledige benchmarkrapport.

↓ | DOWNLOAD





Incisiv is een peer-to-peer netwerk voor executives en een bedrijf dat inzichten verschaft voor leidinggevendenden in de consumentenindustrie die met de digitale transformatie geconfronteerd worden.

Incisiv biedt leerprogramma's voor leidinggevendenden, benchmarks voor digitale maturiteit en normatieve inzichten in transformatie voor klanten in het hele spectrum van de consumenten- en technologie-industrie.

[incisiv.com](https://www.incisiv.com)



Google Cloud wordt algemeen erkend als een wereldwijde leider in het leveren van een veilig, open, intelligent en transformatief enterprisecloudplatform. Klanten in meer dan 150 landen vertrouwen op de eenvoudig ontworpen set tools en ongeëvenaarde technologie van Google Cloud om hun computeromgeving te moderniseren voor de digitale wereld van vandaag.

cloud.google.com



Manhattan is een technologieleider gericht op het verbeteren van ervaringen en resultaten in supply chain commerce. Wij bieden softwareoplossingen voor omnichannel commerce, supplychainplanning en -executie. Onze cloud-native Manhattan Active® platformtechnologie en unieke branche-ervaring helpen omzetgroei en efficiëntie te verhogen voor 's werelds grootste merken.

Manhattan ontwerpt, bouwt en levert innovatieve oplossingen voor winkels, transportnetwerken en fulfilmentcentra, waarbij silo's, die door verouderde systemen voor commercie, warehouses en transport zijn ontstaan, worden geëlimineerd om naadloze operaties en optimale efficiëntie te creëren.

[manh.nl](https://www.manh.nl) [manh.com](https://www.manh.com)



Zebra is een wereldwijd gerespecteerd leider op het gebied van innovatie en betrouwbaarheid. Zebra biedt technologieën die een virtuele stem geven aan de middelen, mensen en transacties van een organisatie, waardoor organisaties meer bedrijfsvalue kunnen ontsluiten.

Zebra's uitgebreide portfolio van markeer- en printtechnologieën, inclusief RFID en realtime locatieoplossingen, verlicht bedrijfskritische informatie om klanten te helpen slimmere zakelijke acties te ondernemen.

[zebra.com](https://www.zebra.com)