

Bouw koploper e-commerce

30-10-2020 07:00



In opdracht van Thuiswinkel.org, PostNL, De Nieuwe Zaak en Currence voerde Multiscope een onderzoek uit naar de manier waarop zakelijk Nederland online aankopen doet.

Bouw bovenaan

In het staatje van onderzochte sectoren prijkt de bouw bovenaan. In 2019 deed 44% van de ondervraagde werknemers een online bestelling. In 2020 was dat al 60%. Daarmee doet de bouw meer online zaken dan zakelijke dienstverlening (55%), horeca (53%) en handel (48%). Wat de bouwers bestellen, hoe vaak en waar, konden we niet 1-2-3 uit de onderzoeksresultaten opmaken. Het aandeel van 60% mag je dus gerust met een korrel zout nemen, aangezien de bouw-medewerkers die online wel eens een paar pakken koffie bij AH, of kopieerpapier bij Officedepot bestelden, daar mogelijk ook in meetellen.

B2B-ervaring is prima

Het beeld is vaak dat in b2b de *customer experience* achterloopt op de b2c-sector. Toch is bij ruim 70% van de zakelijke bestellers de koopervaring hetzelfde als bij consumenten en bijna een kwart heeft zakelijk zelfs een betere ervaring. Gemak speelt steeds vaker een grote rol in het online bestellen, zowel door een persoonlijk aanbod, door de manier van betalen als door de manier waarop de bestelling wordt geleverd.

Logistiek cruciaal keuzecriterium

Logistiek speelt een bepalende rol in de groei van b2b-e-commerce. 61% van de zakelijke online bestellers

vergelijkt aanbieders op logistieke aspecten als leversnelheid, de locatie waarop geleverd kan worden en verzendkosten. De belangrijkste bezorgaspecten zijn lage bezorgkosten en het kunnen volgen van het product; bijna een derde van de zakelijke online bestellers geeft aan dit belangrijk te vinden. Ook retouropties zijn belangrijk; 77% laat de keuze van de webwinkel afhangen van de retourvoorwaarden. Daarnaast breekt 20% de bestelling af als er geen mogelijkheid is om retour te sturen. Opvallend, aangezien de b2b-sector geen retourrecht heeft zoals de b2c-sector.

Redactie