

Minder retouren?

Start hier!

LAAT JE INSPIREREN →



The PostNL logo, featuring a crown icon above the text "postnl" in a blue, lowercase, sans-serif font, all contained within an orange rounded triangle.



Maak van retourneren jouw grootste troef

Retouren horen bij e-commerce. Dat is wat je overal hoort en wat je als e-commerce ondernemer ingeprent krijgt. Met retourneren moet je nu eenmaal dealen. Of niet? We duiken in de wereld van retourneren en verzamelen in dit magazine praktische tips voor jou als e-commerce ondernemer. Ook delen we praktijkvoorbeelden van Blokker, Perfectly Basics, VodafoneZiggo, Sportshop.com en Schijvens en zetten we onze retouroplossingen voor je op een rij. Want het managen van retourneren is misschien wel de grootste troef die je als e-commerce ondernemer zélf in de hand hebt.



ALLES OVER RETOUREN



DE RETOUREN VAN POSTNL

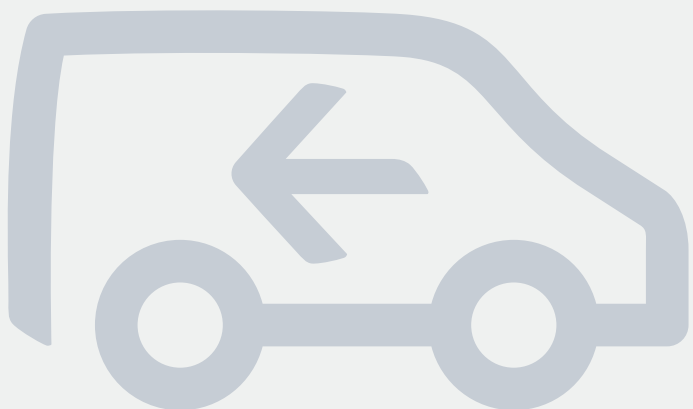


WEBWINKELS OVER HUN RETOUREN

Minder retourneren graag!	3
Retouren: facts & figures	8
Innovaties in retourneren	19
Hoe duurzaam zijn retourneren?	22

Antwoordnummer	13
Retourneren in de PostNL-app	13
Retouren en verpakkingen	14
Retour op afspraak	14
XL retour	15
Adresvalidatie om retourneren te voorkomen	16
Retour aan de deur	17
Retourplaza	17
ReturnLess	17

Blokker: De retourkansjes van Blokker	10
Sportshop: Sportshop.com over internationale retourneren	18
VodafoneZiggo: Kom maar op met die retourneren!	20
Schijvens: Succesvol circulair door retourneren	24





Minder retouren graag!

Maar waar begin je?

24 broeken bestellen en er 23 terugsturen, het gebeurt echt. Hoe kun je als retailer je consument bewuster laten retourneren? En zorg je ervoor dat consumenten zo min mogelijk redenen hebben om een pakketje terug te sturen. Wat kunnen wij als bezorgdienst zelf bijdragen aan duurzaam retourneren? Aan het woord zijn Matthijs Pluimers, productmanager retouren bij PostNL en Heidi van Eijk, founder van Reductify, dat online retailers en webshops helpt retouren te reduceren. Zij zetten de basics voor jou als e-commerce ondernemer op een rij. →

Bekijk hier de **retourenflow** →



Door retourneren is e-commerce gegroeid

Retouren horen bij e-commerce. Dat is een feit. Zoals Matthijs het stelt: 'Als een product niet aan de verwachting van een consument voldoet of kapot of beschadigd is, dan mag het teruggestuurd worden. En krijgt de consument zijn geld terug. Het is een mooie service, die extra zekerheid en gemak aan de consument biedt, waardoor e-commerce heeft kunnen groeien. Met retourneren is op zich dus niks mis. Maar als je merkt dat je retourneren de pan uit rijzen, dan is het tijd om actie te ondernemen.'

Retouren: wie, wat en hoeveel

Retouren zijn complex. Want waar begin je als je je retourneren wilt verlagen? Zo kun je een meubelwebshop hebben met relatief weinig retourneren. Maar de retourneren die je hebt, bijvoorbeeld een bankstel dat beschadigt terugkomt, kosten veel geld. In fashion heb je vaak kleinere marges maar hoge retourpercentages. In welke branche je ook zit, de start is dat je analyseert, wie, wat en hoeveel er nu eigenlijk geretourneerd wordt. En of dat een probleem is of niet.

Het échte verkoopmoment is thuis

Wie er retourneert is een belangrijk inzicht. Zo is de check-out van de webwinkel vaak het ultieme verkoopmoment! De klant binnenhengelen en de conversie maken. Toch is het moment dat de consument thuis zijn pakketje ontvangt, openmaakt en vol verwachting het product in zijn handen heeft, het échte verkoopmoment. Het moment waarop de ➔

'De customer journey moet je doortrekken tot aan thuis. Je data hierin is key'

Heidi van Eijk

Oprichter van Reductify



consument denkt ‘houd ik het of gaat het retour?’. Heidi vat het mooi samen: ‘De customer journey moet je doortrekken. Je ziet vaak bij e-commerce dat het hele commerciële team de journey heeft uitgedacht tot aan de check-out. Dat moment doortrekken tot aan thuis, is belangrijk in het onder de loep nemen van je retouren. Misschien is die grote klant die elke maand een grote order plaatst, wel helemaal niet zo winstgevend als hij 90% weer terugstuurt. Je data hierin is key.’

Data legt je retouren bloot

Heidi: ‘Gebruik data, of stel data zo in, dat je echt actionable inzichten op kan speuren. Dat kan een hele simpele aanpak zijn. Zoals het voorbeeld van een ondernemer in de fashion. Die verkocht jurken met hele wilde prints, die vaak anders uitpakten dan de klant verwachtte. In de data kwam naar voren dat er vaak ‘voldoet niet aan verwachtingen’ aangekruist werd als retourreden. Dat hebben we aangepakt door in de funnel op de productpagina de klant langs een ingezoomde foto van de print te leiden. Het retourpercentage daalde met 8%. Je ziet dan dat dit soort dingen echt helpen. Maar is dit nou echt de gouden tip die bij iedereen werkt? Nee. Je eigen data vertelt waar de retourreden zit bij jouw organisatie.’ →



Actie! Retouren voorkomen

Als je je data onder de loep hebt genomen en meer inzicht hebt in wat er retour komt, van wie en waarom, dan kun je gaan finetunen. Over het algemeen kun je in e-commerce drie soorten retouren onderscheiden:

1. Productkwaliteit

Een product dat defect is, beschadigd is of waar het adres niet van klopt, dat moet simpelweg retour. Dit zijn retouren waar je als e-commerce ondernemer op kunt inspelen door te controleren op eventuele schade en defecten voor verzending en het **product goed te verpakken**. Onjuiste adressering kun je voorkomen door een **adrescheck API** in de checkout te plaatsen.

2. Klantgedrag

Een broek bestellen in 4 maten en er drie terugsturen. Een blender vol smoothieresten in een doos kwakken of een gebruikte ventilator na de hittegolf weer terugsturen. Het gebeurt.

En daar kun je slim op inspelen zoals Heidi uitlegt: ‘Als je dat inzicht op klantniveau hebt, dan kan je ook kijken naar welke doelgroep met aankopen en retourgedrag winst oplevert. En dat klinkt misschien logisch, maar dat is het in de meeste organisaties nog niet.’ Matthijs vult aan: ‘Uiteindelijk kun je daar een marketingbeleid op voeren. Want als ik als klant om de haverklap producten retourneer, ga je me anders behandelen dan klanten die maar af en toe iets retourneren.’

3. Klantverwachting van een product

Het voorbeeld van de jurken met ‘wilde prints’ maakte het al duidelijk: wees zo specifiek mogelijk in je productbeschrijving. Kijk naar je data, naar klantenreviews en vraag specifieker naar de reden waarom iets niet naar verwachting is. Valt er iets op? Bijvoorbeeld een broek die bij meerdere klanten klein valt, een ijscrusher die niet krachtig genoeg voor ijsblokjes blijkt of de kleur van een meubel die in het echt feller is dan op de foto? Pas het dan aan.

Bekijk hier de **retourenflow** →



Retourenflow

Waarom komt een product retour?

Hoe kun je deze retouren verminderen?

Productkwaliteit

- Producten checken voor verzenden
- Zorg voor een goede verpakking en het juiste adres
- In gesprek gaan met leverancier over kwaliteit

Klantgedrag

- Analyseren welke klantgroepen vaak retourneren en welke niet
- Marketingbeleid aanpassingen maken
- Retourbeleid aanpassingen maken

Klantverwachting van een product

- Analyseren welke producten vaak geretourneerd worden en waarom
- Pas je productpagina's aan om klantverwachting beter te managen

Ga in gesprek met je bezorgdienst. Hoe kunnen producten zo efficiënt en duurzaam mogelijk weer retour?

Producten komen retour in je warehouse. En dan?

Wat voor product is het?

- Productcategorie
- product eigen verpakking wel/niet
- Hygiëneproduct wel/niet

Wat is de staat van het product

- Product intact of beschadigd
- Verpakking intact of beschadigd
- Gebruikssporen of niet

Wat is de waarde van het product?

- Winkelwaarde van het product
- Marge op product
- Herstelkosten om weer in verkoopkanaal te brengen



- Terug in voorraad voor verkoop tegen nieuwprijs
- Verkoop met korting, via eigen kanaal of via een partner
- Naar een outletkanaal of veiling
- Naar een opkoper voor verkoop buiten Nederland/ Europa
- Naar een verwerker voor recycling
- Vernietiging

reductify

Bron: Reductify



En dan komen er toch pakketjes terug

Je hebt je data onder de loep genomen, je content aangescherpt en je pakketten goed verpakt verzonden. En dan komen er tóch pakketjes terug. Dat kan, retouren 100% uitsluiten is niet haalbaar. En maar goed ook, de e-commerce wereld kan alleen maar groeien als consumenten de mogelijkheid hebben om iets terug te sturen. Dat snapt Matthijs als geen ander: 'Dat we bij PostNL blij zijn met veel retouren is onjuist. We zijn juist gebaat bij een gezonde e-commerce wereld en onnodig veel retouren staan een groei daarvan in de weg. En daarbij stookt het met onze duurzame ambities als retouren kris kras door het land gereden worden. Dus gaan we in gesprek met ondernemers om te kijken of we hun bulk retouren logistiek slimmer kunnen faciliteren. Dat bespaart geld én is een stuk duurzamer.'



Maar wat doe je als webwinkel vervolgens met die retouren? Heidi: 'Wat je met geretourneerde producten doet hangt af van het type product, de staat en de waarde. Dat bepaalt de opties voor wat je ermee gaat doen. Zoals terug op voorraad of verkopen met korting. Als dat soort retouropties niet meer mogelijk zijn, bijvoorbeeld omdat een product zwaar beschadigd is en niet geschikt is voor recycling, dan blijft de optie vernietiging over. Zowel vanuit economische- als duurzaamheidsoptiek de minst wenselijke optie. Deze optie lijkt gelukkig vrij weinig voor te komen in Nederland.' ■

‘De e-commerce wereld kan alleen maar groeien als consumenten de mogelijkheid hebben om iets terug te sturen.’

Matthijs Pluimers, productmanager retouren bij PostNL





Retouren: facts & figures

Wist je dat Nederlanders koning zijn in het retourneren? En dat maar liefst **29% van de consumenten een gratis retourbeleid het belangrijkste vindt** als ze online gaat shoppen? Retouren zijn dan ook een van de redenen dat e-commerce heeft kunnen groeien. Maar zijn tegelijkertijd een doorn in het oog van vele ondernemers.

Het is dan ook niet gek dat er ontzettend veel onderzoek is gedaan naar retouren. Door onafhankelijke e-commerceplatformen, de wetenschap en commerciële bedrijven. We hebben enkele opvallende onderzoeken kort samengevat en voor je op een rij gezet. →





Online shoppen? Alleen als retourneren gratis zijn

E-shopper barometer

Maar liefst **29%** van de Nederlanders vindt een gratis retourbeleid de belangrijkste afweging bij een online aankoop! We hebben als Nederlanders dan ook de twijfelachtige eer om koploper te zijn in retourneren. **We retourneren 13% van onze online aankopen** en zitten daarmee boven het Europees gemiddelde van 10%. Alhoewel het iets beter gaat is fashion voor bijna de helft van alle retouren verantwoordelijk.

E-shopper barometer →

1 op de 10 consumenten veroorzaakt onnodige retouren

ShoppingTomorrow – Get Rid of Returns

ShoppingTomorrow is een jaarlijks onderzoeksprogramma waarin expertgroepen onderzoek doen naar ontwikkelingen binnen de digital commerce. De expertgroep Get Rid of Returns onderzocht de redenen voor het retourneren van online fashionaankopen. Ook zijn ze dieper gedoken in wat er vervolgens gebeurt met de retourgoederen en hoe je retouren voorkomt. Zo blijkt onder andere dat **1 op de 10 consumenten oneigenlijke retouren veroorzaakt**. En je dat door middel van data en klantloyaliteit kunt aanpakken.

Download de blueprint →

Product returns: een vloek of een zegen?

Alec Minnema – Promovendus Rijksuniversiteit Groningen

Alec Minnema promoveerde met zijn onderzoek over het terugsturen van online aankopen. Hij richt zich op het verband tussen reviews en retouren en komt onder andere tot de volgende conclusie: ‘Naast een duidelijke productomschrijving en de juiste foto’s, hechten consumenten waarde aan recensies. **Hoe meer reviews, hoe lager het retourpercentage.**’

Meer over het onderzoek →

Verbeter je webwinkelproces om meer waarde uit je retouren te behalen!

ShoppingTomorrow – Return on Returns

Get Rid of Returns is opgevolgd door de expertgroep Return on Returns. Zij bogen zich over het vraagstuk hoe je **waarde kunt behouden van je retouren**. En kwamen onder andere tot de ontdekking dat webwinkels hun processen op veel vlakken nog kunnen verbeteren. Waardoor de kans op verkoop van retouren als nieuw groter wordt. Zoals retourexpert Heidi van Eijk ook uitlegt in het artikel ‘**Minder retouren graag!**’ aan het begin van dit magazine.

Download de blueprint →

Wat gebeurt er met al die retouren? De retourindustrie onder de loep

VPRO Tegenlicht – Op Volle Retouren

VPRO Tegenlicht zocht uit wat er met je pakketje gebeurt als het retour gaat. Van tweedehands platformen tot aan duurzaam recycleren, ze nemen alle opties onder de loep.

Bekijk de aflevering →



✓ Op werkdagen voor 22:00 uur besteld, morgen in huis ✓ Gratis bezorging vanaf €40,- ✓ Gratis retourneren

Winkels Klantenservice Folder

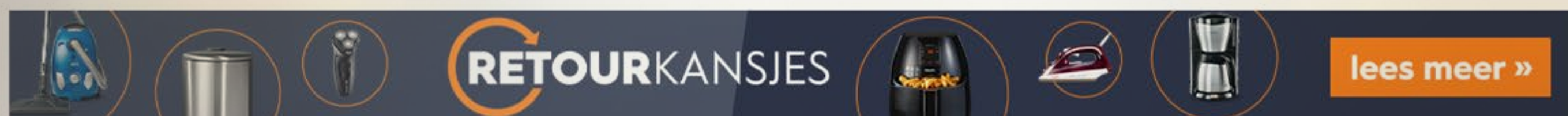
blokker.

Waar ben je naar op zoek?



alle categorieën ▾

Feestdagen Blokker app Retourkansjes #Blokker



Welkom bij de Blokker Retourkansjes. Ben je op zoek naar een koopje? Dan ben je hier aan het juiste adres. De retourkansjes zijn producten die teruggestuurd zijn door medeklanten. Producten met de status 'als nieuw' zijn alleen uit de doos geweest, terwijl producten met de status 'in goede staat' mogelijk al een keertje zijn gebruikt. Alle producten zijn getest en werken naar behoren. We bieden jou de kans om deze producten met een mooie korting alsnog in huis te halen. De voorraad is echter beperkt, dus grijp je (retour)kans als je er iets leuks tussen ziet zitten. Zie voor meer informatie ook de [retourkansjes infopagina](#).

Grijp je Retourkansjes (74)

Sorteer op Best verkocht ▾

Categorie

Baden & slapen	1
Elektronica	54
Eten & tafelen	4
Koken & bakken	4
Schoonmaak & huishoud	7
Speelgoed	2
Wassen & strijken	2

Filteren

Merken

☐ Senseo	11
☐ Philips	9
☐ Brabantia	8



Tefal stoomgenerator Express
Anti-Calc SV8052 - blauw

Als nieuw
★★★★★ (25)

160.65

Verkoop door: Buybay



Rowenta stofzuiger City Space
Facelift RO2669

In goede staat
★★★★★ (38)

55.99

Verkoop door: Buybay



Mobiële airconditioner
AAC9000

Als nieuw

230.35 A

Verkoop door: Buybay



De retourkansjes van Blokker

‘Retouren kosten geld, dus probeer er maar zo snel mogelijk vanaf te zijn.’ Dat was enkele jaren terug misschien nog de status quo in de e-commerce wereld, maar inmiddels zijn er tal van positieve transitie gaande. Zoals bij Blokker, die retouren onderdeel maakt van de bedrijfsvoering. Bart-Jan Buchner, retourmanager bij Blokker, vertelt over de slimme dingen die ze met retouren doen. ➔



Retouren signaleren

We weten het inmiddels; retouren horen erbij. En data is daarin het uitgangspunt. Bart-Jan: 'Je kan van een product wel 100 retouren per week krijgen, maar als je er honderdduizend hebt verkocht is dat niet per definitie een probleem. Daar moet je dus een index aan hangen. Komt er bijvoorbeeld 10% defect retour dan moeten we terug naar die leverancier. Het kan ook zijn dat we een Bourgini keukenmachine terugkrijgen. Eén waarvan wij zeggen dat je er ontzettend mooi beslag in kan klaarmaken, maar de consument krijgt het niet voor elkaar. Dus krijg je 'm retour met 'voldoet niet aan verwachting'. Je wilt dan eigenlijk afdwingen om daar tekstuele toelichting aan toe te voegen. Misschien moeten wij wel iets met onze content gaan doen, omdat wij zeggen dat die keukenmachine topbeslag maakt. Dat soort zaken continu blijven signaleren, daar moet je een systeem voor hebben. Er zitten veel ontwikkelingen aan te komen bij Blokker om daar steeds slimmer in te worden.'



50% terug op voorraad

Als retouren niet terug op voorraad kunnen, dan hebben ze bij Blokker een duurzaam alternatief. Bart-Jan: 'Wij geven de klant de mogelijkheid om te voelen, ervaren en te beleven. Dan kan het zijn dat een consument het product toch terug wilt sturen. Wij zien vervolgens dat ruwweg 50% van onze retouren gewoon weer netjes op voorraad kunnen. Als er lichte schade is aan het product of een kapotte doos, dan kan dit natuurlijk niet. Voor die retouren zijn wij een samenwerking gestart met BuyBay.'

Een tweede leven voor Retourkansjes

BuyBay is een van de commerciële partijen die bestaan om retourproducten een tweede leven te geven. Door ze met korting te verkopen via de webshop van hun klanten of een ander kanaal. Ideaal, want het levert je als e-commerce ondernemer nog iets op en consumenten die het prima vinden om een retourproduct aan te schaffen besparen flink

op de aanschafprijs. Daarbij is het natuurlijk duurzamer dan producten vernietigen. Bart-Jan legt uit: 'Wij sturen retourproducten die niet terug op voorraad kunnen naar BuyBay. Zij beoordelen die producten, bepalen een korting en plaatsen ze online. Ook op onze website onder Retourkansjes. Zij faciliteren verder de volledige fulfilment tot aan de consument. Op die manier zorgen we bij Blokker ervoor dat alle producten die wij retour krijgen een tweede leven krijgen.' ■

'Wij geven de klant de mogelijkheid om te voelen, ervaren en te beleven. Dan kan het zijn dat een consument het product toch terug wil sturen.'





De retouren van PostNL

Retouren 100% uitsluiten is niet haalbaar.
Je retourproces slim inregelen wel!

Wij zijn continu op zoek naar manieren om jouw retourprocessen slimmer te faciliteren. Ook voor jouw klanten! We hebben op een rij gezet hoe we dat voor je kunnen regelen. Kijk je mee? →



Antwoordnummer

Makkelijk retour?

Een antwoordnummer is het antwoord

Met een antwoordnummer kan jouw klant heel makkelijk én gratis zijn retourpakket inleveren. Direct bij de pakketbezorger aan de deur, op een van de 3.700 PostNL-locaties in Nederland of een van de 475 locaties in België. Kies wat het beste bij jou past: het retourlabel al meegeven in de doos (standaard voor België) of je laat de klant het label printen op een PostNL-locatie.

Overzicht van je retouren in Mijn PostNL

Ook voor jou als e-commerce ondernemer is een antwoordnummer handig. Zo heb je heel gemakkelijk inzicht in je operationele retouren. Je ziet ze simpelweg terug door in te loggen op Mijn PostNL. Doe je vaak zaken met partijen in het buitenland? Dan kan ook een internationaal antwoordnummer voor jou een uitkomst zijn. Met een international business reply service (IBRS) betaal je de portokosten voor jouw buitenlandse klanten, prospects of relaties.

Peter Blaas - founder Perfectly Basics

'Ons retourbeleid is een belangrijk onderdeel van onze verkoop. Een prettige retourervaring zorgt dat de klant blijft terugkomen. Het is misschien wel de belangrijkste troef die je in handen hebt om je conversie te verbeteren.'

Uit onderzoek van Thuiswinkel.org blijkt dat meer dan de helft van de consumenten de keuze voor een webwinkel baseert op een gratis retourbeleid. Bij mannen ligt dit percentage iets lager dan bij vrouwen.

Bron: Thuiswinkel.org



SCAN OF KLIK

Meer over
antwoord-
nummers

Retour via de app?

Hier hoef je niks voor te regelen, deze service is al up-and-running voor consumenten die de app hebben! Het is wel handig als je een antwoordnummer hebt, dan kan een klant je makkelijk opzoeken in de PostNL-app.



Retourneren in de PostNL-app

Handig, retourneren met de PostNL-app

Handig voor jouw klanten: een pakket retour sturen via de PostNL-app. In het overzicht van bezorgde pakketten ziet de klant in de app onder elk pakket een button met 'retour sturen'. Vervolgens kiest hij voor een verzendlabel kopen of een antwoordnummer en levert hij het pakket af bij de pakketbezorger aan de deur of een PostNL-locatie in de buurt.



Retouren en verpakkingen

De juiste verpakking voor jouw retouren



Het FSC-keurmerk geeft de zekerheid dat de grondstof voor het papier afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen.



Fashionpack: retour via de brievenbus!

Fashionpack is hét brievenbuspakje van nu en het sluit helemaal aan op de behoeftes van de bewuste verzender en ontvanger in de fashionbranche. Dankzij de luchtarme verpakking passen meerdere kledingstukken gewoon door de brievenbus. De bestelling van jouw klant kan daarom CO₂-neutraal met de fiets worden bezorgd in de stad. Door luchtarm te verpakken nemen de pakjes ook nog eens minder ruimte in, zodat we meer in één keer kunnen vervoeren. De verpakking is ook ideaal voor retourzendingen. Gewoon via de oranje brievenbus!



SCAN OF KLIK

Bestel hier ook de DoGoodBag!

DoGoodBag met twee plakstrips

De DoGoodBag is een stevige bruine FSC-gecertificeerde envelop met twee plakstrips. Mocht het pakketje onverhoopt retour? Dan gebruikt de klant gewoon de tweede plakstrip en kan het product veilig verpakt weer terug.



De herbruikbare verpakking gaat sowieso retour

Herbruikbare verpakkingen zijn - letterlijk - niet nieuw! Op dit moment lopen er verschillende testen met een herbruikbare verpakking. De klant kan deze verpakking terugsturen zodat je hem opnieuw kunt gebruiken. Of de klant gebruikt hem om retourzendingen mee terug te sturen. Binnenkort meer nieuws over deze herbruikbare verpakking!



Bart van Trojen - LaDress over de DoGoodBag

‘Deze envelop was perfect voor ons vanwege drie redenen. Hij kan door de brievenbus. Dan ben je bij voorbaat al duurzaam als je in één keer kunt bezorgen. We besparen hiermee ook een hoop lucht in de verpakking. Daarnaast is het van gerecycled materiaal dat FSC gekeurd is. En je kunt hem als retourenvelop gebruiken doordat er twee plakstrips op zitten.’

Retour op afspraak

Ideaal als je wil uitblinken in service

Wil je het jouw klanten écht makkelijk maken? Laat retourpakketten dan ophalen aan huis. Ideaal voor webwinkels die willen uitblinken in kwaliteit en service. Met retour op afspraak bepaalt de klant zelf wanneer wij de retourzending komen ophalen. In een tijdvak van twee uur, vandaag of de volgende dag.

[Meer over retour op afspraak >>](#)



Ontdek al onze verpakkingen

Ben je klant van PostNL en wil je meer weten over verpakkingen? Ga naar postnl.nl/verpakkingen en log in met je account. Ben je geen klant bij PostNL maar heb je wel interesse in onze meest gekochte verpakkingen? Neem dan eens een kijkje op onze verpakkingen [webshop](#).



XL retour

XL producten retour? Geen probleem via Extra@Home

Veel van je klanten besteden het monteren of installeren van grote, zware producten liever uit. Denk aan televisies, wasmachines, meubels of fietsen. Extra@Home bezorgt de producten én neemt de installatie of montage voor jouw klanten uit handen. Zo kunnen ze direct gebruik maken van hun nieuwe aankoop. Daarnaast halen we ook XL retouren op. En als we er toch zijn, kunnen we ook oude producten mee terugnemen.

- **Niet tevreden? We halen XL retouren op bij de klant**

Is jouw klant toch niet tevreden over het grote product dat hij heeft gekocht? Dan helpen we je graag je product weer retour te krijgen. In opdracht halen we XL goederen dan ook op bij jouw klanten.

- **Witgoed retour voor recycling**

Als we nieuw witgoed of bruingoed bezorgen, dan nemen we een vergelijkbaar product mee voor recycling. We zijn er toch! Een service waar we enorm blij reacties op krijgen van consumenten. Die heeft direct een opgeruimd huis en het scheelt een ritje naar het afvalstation met een vaatwasser, droger, wasmachine of koelkast.

- **Oud matras? Geef maar mee**

Ook oude matrassen nemen we graag voor je klanten mee als we een nieuwe komen bezorgen. We zorgen ervoor dat het oude matras netjes gerecycled wordt. Kunnen je klanten met een gerust hart slapen.



SCAN OF KLIK

Bekijk alle voordelen van Extra@Home



totaal BED

Mühip Kartal – mede-eigenaar
totaalBED over Extra@Home

‘PostNL helpt ons eigenlijk op twee punten. Enerzijds met de distributie. Zij zijn echt een schil om onze organisatie heen, met goede service. Dankzij hen kunnen we indien nodig binnen 24-uur leveren. Ze hebben rechtstreeks contact met onze klanten als deze een bezorgafspraak willen verplaatsen. Daarnaast worden de producten direct geïnstalleerd of gemonteerd zodat de klant direct kan genieten van zijn of haar aankoop. Alles wordt naar binnen getild, in elkaar gezet en als klanten oude matrassen hebben, nemen ze die retour. En dat is het tweede punt. Want naast de oude matrassen, nemen zij ook het verpakkingsmateriaal (dozen, plastic en piepschuim) mee, zodat wij dat gescheiden kunnen verwerken en afvoeren.’





Adresvalidatie om retouren te voorkomen Altijd het juiste adres met adrescheck



Leer meer
over de
adrescheck in
je checkout

Voorkom onnodige retouren

Per kwartaal worden er tot wel 50.000 pakketten retour gestuurd door een foutief adres. In België gebeurt dit (procentueel gezien) zelfs vier keer zoveel. Hoe voorkom je dit als e-commerce ondernemer?

Altijd het juiste adres met de adrescheck

De adrescheck vult het adres van jouw klant automatisch aan in de check-out van je webwinkel. Zo maak je het je klanten makkelijk om een bestelling te plaatsen, heb je altijd het juiste adres en voorkom je gedoe in de levering. Meer aankopen en minder retourzendingen!



Prénatal 

Daniel Dunk, manager e-Commerce Prénatal over de adrescheck

‘Voor een webshop is het cruciaal dat je de conversie kunt verhogen in de check-out. Dan helpt het ook dat bepaalde velden automatisch worden ingevuld voor de klant. Doordat de adresgegevens meteen worden gecheckt, halen we ook de foutmarge omlaag. Hiermee voorkomen we bijvoorbeeld dat bestellingen kwijtraken. Onze online en mobiele klantvriendelijkheid is flink toegenomen door de inzet van de Adrescheck en dat is erg belangrijk voor ons.’



Het gemak van retour aan de deur

Bespaar jouw klanten tijd en gedoe

Een nieuwe aankoop toch terugsturen? Onze pakketbezorgers nemen de retourpakketten van jouw klanten mee als ze een nieuw pakketje brengen. Zonder afspraak of afhaalopdracht. Superhandig! En ook niet onbelangrijk; het is de duurzaamste manier van pakketten retourneren. We rijden de route toch al.



SCAN OF KLIK

Meer info
over retour
aan de deur

Retourplaza

Samenwerkingen in retouren

Geef je teruggestuurde artikelen een tweede kans

Heb je retouren die niet meer als nieuw kunnen worden verkocht? Bijvoorbeeld vanwege een ontbrekende verpakking of een lichte beschadiging? Zonde! Gelukkig haal je het maximale uit je retourstroom door ze met gepaste korting aan te bieden op [Retourplaza.nl](https://retourplaza.nl).



SCAN OF KLIK

Meer info over
ReturnLess



Barbara de Jong – Eigenaar Schattigebabykleertjes.nl

‘Dankzij de applicatie van ReturnLess heb ik de administratieve rompslomp rond retourverwerking kunnen verminderen. Ik zie ernaar uit om straks analyses te kunnen maken om de informatie op de website verder te optimaliseren. Ook gaat het me helpen om inkoopgesprekken en -besluiten af te stemmen op de resultaten. En zo het aantal retouren en de kosten die daarbij komen kijken te beperken. Zo helpt ReturnLess mij om verder te professionaliseren!’

Je retouren als succesfactor? ReturnLess maakt het waar

Je retouren binnen één dag van pijnpunt naar succesfactor? Dat klinkt goed! Daarom werken we samen met [ReturnLess](https://returnless.nl). ReturnLess is de slimme oplossing die jouw retourproces automatiseert & optimaliseert. Door met een eenvoudige integratie een retourformulier aan te maken op jouw website heb je meer grip op je retouren. Stel bijvoorbeeld je eigen regels in voor wat betreft de retourreden, draai overzichtelijke rapporten uit én misschien wel het allerbelangrijkste: maak je klant blij met een slim en simpel retourproces.





*Robert Jan Peters,
oprichter en mede-
eigenaar van
Sportshop.com*



SCAN OF KLIK

**Meer info over
internationale
retouren**

Internationale retouren Het verhaal van Sportshop.com

‘Buiten Nederland moet je van een lokale oplossing gebruik maken voor retouren. En dat is toch wel de kracht van PostNL. Die weet niet alleen het pakketje daar te krijgen, maar weet ook hoe het in zo’n land werkt om dan weer terug te sturen.’ We spreken Robert Jan Peters – Oprichter en mede-eigenaar van Sportshop.com over internationale retouren.

Sportshop.com is al de marktleider op sportgebied in Nederland, maar Europa lonkt. 30% van de huidige omzet komt vanuit het buitenland. Opvallend: de buitenlandse klanten van Sportshop.com hebben over het algemeen een hoger orderbedrag én lager retourpercentage. Dat smaakt naar meer. Dan is het ook fijn als de retouren goed geregeld zijn. Robert Jan:

‘Buitenlandse retouren laten we eerst aanmelden. We beoordelen wat de klant terug wil sturen en geven dan de instructies. Vervolgens kan hij het pakket lokaal afgeven. Dat is het voordeel van het grote netwerk van PostNL. Zo hebben we een consistente retouroplossing in heel Europa.’

Robert Jan ziet de trend dat buitenlandse klanten steeds meer bij Nederlandse webshops bestellen. We lijken een betrouwbaar imago in Europa te hebben. Ook voor buitenlandse klanten komt het belang van het doortrekken van de customer journey weer terug. Zoals Robert Jan uitlegt: ‘Een retour is het laatste stukje van het aankooptraject. De laatste ervaring die bij een klant blijft hangen. En als een klant van A tot Z

een goede ervaring heeft gehad, ook al heeft hij alles geretourneerd en hebben we er niks aan verdiend, dan is de kans dat de klant een tweede keer gaat bestellen wel aanwezig.’

Als tip voor ander e-commerce ondernemers die hun vleugels naar het buitenland willen uitslaan is Robert Jan duidelijk: ‘Blijf in de communicatie richting de klant superduidelijk hoe retourneren werkt, dat scheelt een hoop gedoe.’ En tot slot vervolgt hij: ‘Door gratis verzenden en retourneren heeft e-commerce zo kunnen groeien, absoluut. Maar misschien moeten we als sector nu gezamenlijk de consument om een bijdrage van bijvoorbeeld 1 euro per retour vragen. En die bijdrage samen met PostNL investeren in vergroenen, zoals bijvoorbeeld een duurzamere verpakking.’ ■





Nóg slimmer retour?

Dat doen we zo

We onderzoeken continu nieuwe mogelijkheden in retouren voor zowel webwinkels als consumenten. Om ze nog slimmer, zonder gedoe en duurzamer te maken. Zo zijn we achter de schermen enkele innovaties in retouren aan het testen. Kijk mee!

Vanaf
Q3 2021
beschikbaar!



Haal meer uit je direct mail

Ook met post zijn we aan het innoveren om slimmer en duurzamer om te gaan met retouren. Bij grote mailings zie je vaak dat het adresbestand niet 100% up to date is. Door verhuizingen, onjuiste adressering of bijvoorbeeld overlijden. Deze fysieke retouren vervangen we door digitale postretouren.

Digitale postretouren

Op dit moment testen we de digitale postretouren met een magazine van een grote zorgverzekeraar en een reisorganisatie die een mailing verstuurt over een naamswijziging. Ze hebben hun post met een unieke 2D-matrixcode bedrukt, die de sorteermachine herkent op eventuele retouren én de reden van retour.

Je database altijd up to date

Onze sorteer machines scannen de retouren. Deze komen vervolgens in een digitale database waarmee je automatisch je klantendatabase update. Zo hoef je geen postzakken vol geretourneerde mailings meer handmatig te verwerken! En bereik je altijd de juiste klanten zonder tijd-, porto- en papierverspilling.

Medio
2021
beschikbaar!

Heen = teruglabel

Wat als het verzendlabel direct ook het retourlabel is? Dat is gemak voor je klant: die hoeft niks te printen én is zo klaar op de PostNL-locatie.

Daarnaast scheelt het jou papier en handelingen voor een retourlabel in de doos. Jouw klant levert het retourpakket in bij de bezorger aan de deur of een PostNL-locatie. Op het moment dat het label gescand wordt draaien de adressen in ons databestand om en zie je het retourpakket terug in Mijn PostNL.

Vanaf
Q4 2021
beschikbaar!



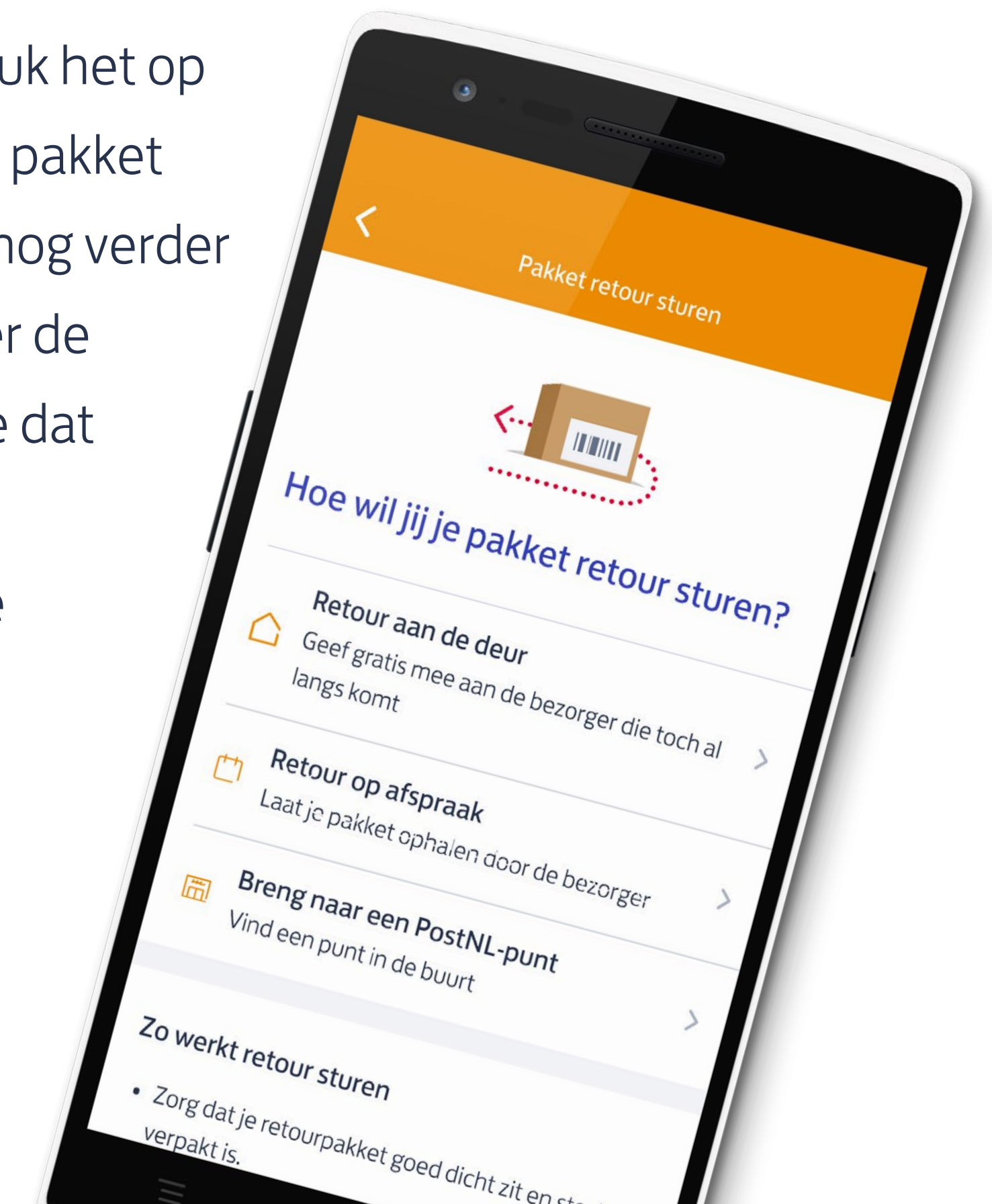
Retouren dashboard

Metten is weten. Er is zoveel data over alle pakketten die je verstuurt en retour krijgt. Zo kun je al je operationele retouren terugvinden in Mijn PostNL. Maar wat is nu echt belangrijk om in de gaten te houden? Welke data mag je als e-commerce ondernemer niet missen? Wat weten we over 'het waarom' je klant een bestelling retour stuurt? Om dat overzichtelijker – en met name inzichtelijker – te maken, zijn we verschillende dashboards aan het testen. In één overzicht de retouren die niet afgeleverd konden worden tot aan een voorspelmodel van hoeveel retouren je kunt verwachten en meer. Data is key en we gaan voor je aan de slag om je daarin simpel en slim te informeren.

Nieuwe retourfuncties in de PostNL-app

In de app zijn we continu bezig om de ervaring voor de klant nog makkelijker te maken.

Inmiddels kun je al zien hoe druk het op een PostNL-locatie is als je een pakket wil afleveren. En dat willen we nog verder optimaliseren. Zo zijn we achter de schermen bezig met de functie dat je je pakket kan scannen en zo direct ziet waar je die het beste kunt afleveren. ■





Minder kosten en duurzamer ondernemen

Kom maar op met die retouren!

Niet iedere e-business kijkt reikhalzend uit naar retouren. Maar wat als die retouren ervoor zorgen dat je kosten bespaart en duurzaam onderneemt? We spreken Bob Hekking, Logistic Operations Specialist, over het belang van een soepele retourenstroom bij VodafoneZiggo.

Retouren voor refurbishing

Mediaboxen, modems, boosters en CI+ modules... Allemaal apparaten voor je televisie- of internetaansluiting. Het is logisch dat VodafoneZiggo die levert bij een abonnement. Dat deze apparaten ook retour kunnen of soms moeten, is net zo vanzelfsprekend. Zo onderscheiden ze 3 soorten retouren:

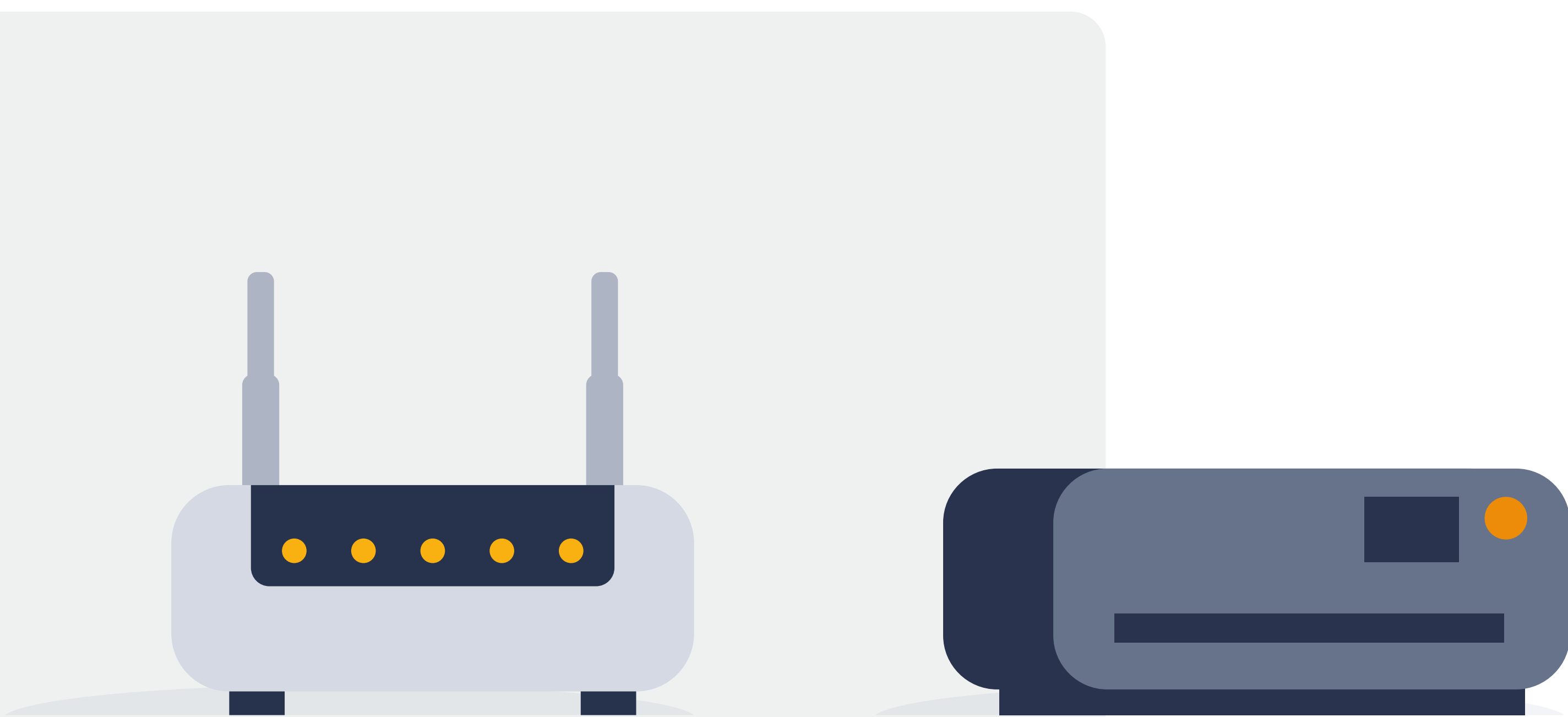
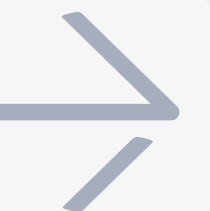
1. Commerciële Swaps – Als een klant overstapt naar een ander abonnement, waar ander materiaal bij hoort.
2. Defecten
3. Opzeggingen

Bob vertelt meer over de retouren: 'Retouren zijn echt een soort levensader voor onze business. De materialen die we terugkrijgen refurbishen we en zetten we weer in voor klanten. Klantdata wordt gewist, we kijken ze helemaal na en ze gaan vervolgens weer fris en fruitig naar nieuwe klanten. Elke vertraging daar is natuurlijk zonde, want dan kun je geen gebruik maken van je bestaande apparatuur. Een soepel retourproces is dus belangrijk voor onze business. Zo hoeven we geen nieuwe apparaten in te kopen én zijn we duurzaam bezig.' →

vodafone  

VodafoneZiggo

VodafoneZiggo is een Nederlands bedrijf dat vaste, mobiele en geïntegreerde communicatie- en entertainmentdiensten levert aan consumenten en bedrijven. VodafoneZiggo is een joint venture van Liberty Global, het grootste internationale tv en breedbandinternet bedrijf, en Vodafone Group, een van 's werelds grootste telecommunicatiebedrijven.





De timing van retouren is essentieel

Het opzeggen of overstappen van een abonnement valt samen met het inleveren van materiaal. Het is dus van groot belang dat retouren op tijd binnenkomen en dat klanten daarop kunnen vertrouwen. Bob kiest voor PostNL vanwege het gemak van retourneren, met 3.700 PostNL-locaties en opties als retour aan de deur. Ook het track & trace verzendbewijs is key in het retourproces.

Bob legt uit: 'Qua timing is het van essentieel belang dat we niet alleen onze materialen snel willen verzenden naar de klant, maar ook retouren vlot kunnen verwerken. Doordat we de materialen her inzetten, maar ook vanwege het facturatieproces van klanten. Want een opzegging van een abonnement hangt samen met het retour krijgen van het materiaal. Klanten moeten binnen een bepaalde termijn hun materiaal terugsturen. Zo versturen we geen onnodige facturen en incasso's en reduceren we calls naar klantenservice. Een constante stroom van retouren is dus superbelangrijk. Want ook in ons warehouse staat personeel gereed om de retouren te verwerken, die kunnen we niet een paar dagen laten wachten.'

Slimme retouroplossingen

Het de klant zo makkelijk mogelijk maken om zijn materiaal te retourneren, dat staat voorop in het retourproces. En als dat ook nog eens op een duurzame manier kan is dat helemaal mooi. Bob: 'Bij een Defect of een Commerciële Swap sturen we een nieuw product op en vragen we de klant het oude product in de nieuwe doos te doen voor het terugsturen. Een antwoordnummer erop en afgeven maar! Sterker nog, in die doos met het nieuwe apparaat doen we alvast het retourlabel. Het is niet alleen makkelijk voor de klant, het is natuurlijk ook veel duurzamer om de verpakking her te gebruiken.'

Samenvattend is de retourenstroom van VodafoneZiggo strak ingeregeld. Zodat klanten ontzorgd zijn en materialen snel en duurzaam ingezet worden. Bob vat kort samen: 'De betrouwbaarheid en het gemak van het PostNL-netwerk in combinatie met goede communicatie én meedenken met ons proces, maakt ons zeer tevreden.' ■



Bob Hekking, Logistic Operations Specialist bij VodafoneZiggo

'Oplossingen als een pakket- en briefautomaat vind ik persoonlijk echt fantastisch. Bij het opvoeren van een order weten we soms nog niet exact wanneer de materialen geleverd zullen worden. Dan kan het voorkomen dat een klant ineens een mail krijgt dat er morgen een pakket bezorgd wordt. Oplossingen als afleveren op PostNL-locatie of bij een pakket- en briefautomaat is dan echt top. Dan is je hitrate gewoon altijd 100%!'

Een soepele retourenstroom door:

Antwoordnummer →

Retour aan de deur →

Pakket- en briefautomaat →

Track & trace →





Miljoenen retour-pakketten per jaar

Hoe duurzaam zijn die retouren nou?

Dat valt eigenlijk best mee. Zo hebben we berekend dat over het algemeen de uitstoot van een retourpakket minder is dan van een pakket dat verzonden wordt. Maar toch, kan dit nog een tikkie duurzamer? We ontdekten dat hier zéker nog iets te halen valt.

CO₂-uitstoot per retourpakket

PostNL deed mee aan een impactmeting pilot. Samen met externe consultancybureaus op het gebied van data en duurzaamheid. Matthijs: 'We hebben samen alle retourstromen in kaart gebracht, door pakket-, transport- en uitstootdata te combineren. Daar kwam een CO₂-uitstoot per retour uit. Op basis daarvan zijn we gaan kijken waar we nog konden verduurzamen.'

Datamodel voor logistieke pijnpunten

PostNL is slechts een onderdeel in de hele e-commerce keten. Zo bleken de retouren van een van de grootste klanten lange afstanden af te leggen. Van de standplaats van de vervoerder in het oosten van het land, naar het retourdepot in Zeeland en weer terug naar Duitsland, waar de klant zelf gevestigd is. Werk aan de webwinkel dus. →

Matthijs Pluimers, productmanager retouren bij PostNL

'In een ideale wereld maak je als e-commerce ondernemer retourdata inzichtelijk'



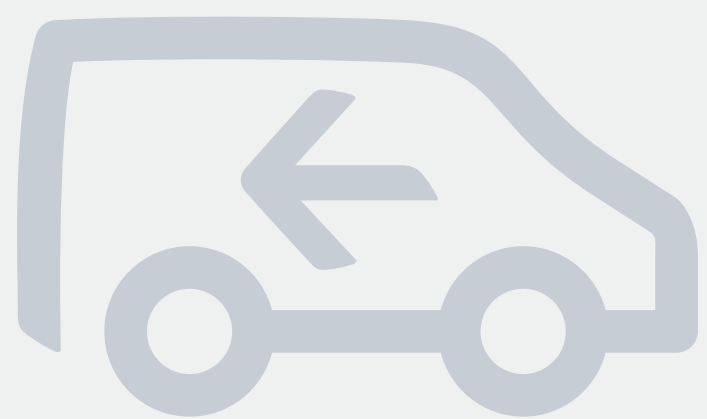


Uiteindelijk bespaarde het veranderen van de locatie van het retourdepot alleen in deze case al 15.000 kilo CO₂-uitstoot op jaarbasis.

Matthijs legt uit: 'Je hoeft geen wetenschapper te zijn om te zien dat je op die route wat kunt besparen! En het lijkt zo simpel, maar waarom hebben we dat juist nu kunnen doen? Allereerst was er natuurlijk de aanleiding van die uitstootdata. Maar we hebben duizenden klanten, dus het is een uitdaging om alle transportroutes goed in kaart te brengen. Onze logistiek ontwerper en data analist hebben vervolgens op basis van transport- en pakketdata een model gebouwd. Dan kon je op een klant klikken en zag je waar die vracht heen ging, hoeveel pakketten en naar welke depots. Met die inzichten pakken we zo heel gericht dit soort casussen aan.'

Duurzaam retourneren? Een gezamenlijke missie

Uiteindelijk bespaarde het veranderen van de locatie van het retourdepot alleen in deze case al 15.000 kilo CO₂-uitstoot op jaarbasis. En daarbij is het een stuk voordeliger voor de retailer om minder transport in te zetten om al die retouren te vervoeren. Een succesverhaal dat smaakt naar meer. Maar, onderaan de streep blijft slimmer retourneren een gezamenlijke missie van de logistieksector samen met e-commerce ondernemers én de consument. ■



Bekijk
hier de
video over
retouren



SCAN OF KLIK

Retouren



Schijvens Corporate Fashion is succesvol circulair

‘Dankzij de retouroplossingen kunnen wij duurzamer produceren’

Zo’n tien jaar geleden besloot Shirley Schijvens dat de productie van bedrijfskleding duurzamer en verantwoord moest. Het recyclen van afgedragen kleding is een belangrijk onderdeel in het circulair maken van het proces. Maar hoe zorg je dat de kleding van je klanten gestructureerd retour komt?

Circulaire ambities

Familiebedrijf Schijvens Corporate Fashion bestaat al 150 jaar. Commercieel directeur Shirley Schijvens is de vijfde generatie in dit Brabantse familiebedrijf. Ze werken voornamelijk met ateliers in bijvoorbeeld Azië. Shirley vertelt: ‘De kledingindustrie is een van de meest vervuilende ter wereld. Zo heb je voor één polo wel 4.000 liter water nodig! Dat wilden wij anders doen.’

Recyclen van bedrijfskleding

Na gedegen advies besloot ze onder andere om gedragen kleding terug te halen. ‘Recycling is echt het beste wat je kunt doen. Dat scheelt zó veel. Dus dat proces zijn we zelf in gaan richten. Kleding terughalen, verwerken, naar de fabrieken sturen en er weer nieuwe kleding van maken. In het begin was

dat nog een beetje op een houtje-touwtje-manier, waarbij we zelf met één busje rondreden om overal de kleding op te halen. Dat ging eigenlijk niet. Bovendien hebben we professionele klanten en wilden we dit proces graag professioneel opzetten.’

Retourpartner gezocht!

‘We zijn gaan praten met verschillende transporteurs, koeriers en ook grote wasserijbedrijven, maar die konden het logistiek niet voor ons organiseren. Dat was echt heel jammer: je wilt circulair opereren, maar krijgt het gewoon niet goed voor elkaar.’ Zoals vaak komen goede adviezen vaak uit onverwachte hoek. Bij Shirley was het van een verhuisbedrijf: ‘Tijdens een event van Topsector Logistiek sprak ik Wim Pot van Pot Verhuizingen en hij zei ‘Je moet eens met PostNL gaan praten, zij hebben hier echt het netwerk voor.’ Maar waar →

‘Kleding terughalen, verwerken, naar de fabrieken sturen en er weer nieuwe kleding van maken’



begin je bij zo'n groot corporate bedrijf? Wim bracht mij in contact met Boy van der Velden (Business Development Manager bij PostNL, red). En die ging meteen aan de slag!

Rolcontainers vol kleding

Voor PostNL was retourlogistiek op deze schaal een nieuwe tak voor sport. Rolcontainers vol kleding zijn niet te vergelijken met retourpakketten voor bijvoorbeeld Zalando. Shirley: 'Net als onze klanten doen wij alles met rolcontainers. Daar is het proces van onze klanten op ingericht., dus dat was voor ons een vereiste. Boy heeft deze uitdaging heel voortvarend aangepakt en het geregeld. Bij onze grotere klanten zoals McDonalds of Sligro staat nu een rolcontainer met een zak waar de oude, versleten kleding ingegooid wordt. Zodra deze vol is, geven klanten de barcode door en wordt de zak opgehaald. Daarna wij zorgen voor de recycling.'

Duurzaamheid loont dubbel

'Het resultaat is fantastisch. Door te recyclen besparen we 99% op ons watergebruik, 40% aan energie en realiseren we 40% CO₂-reductie. Dat komt mede door de inzet van PostNL. Ik ben heel tevreden over hoe zij out-of-the-box denken. Bovendien hebben we een prachtige tool waarin we precies zien wat de status van een retourzending is en hoeveel er gerecycled wordt door onze klanten.' Voor Schijvens zit een tweede grote winstpunt aan klantzijde: 'Klanten zijn heel enthousiast. Het kost ze misschien dertig cent per artikel extra, maar vanwege het duurzaamheidsaspect wil iedereen meedoen. Sterker nog, bedrijven melden zich spontaan bij ons aan - we hebben bijna moeite om het bij te benen! Door duurzaam te ondernemen zijn we enorm gegroeid. Ik merk dat veel bedrijven bereid zijn een faire prijs voor duurzaamheid te betalen. De intrinsieke motivatie is heel groot.' ■



100% gerecyclede bedrijfskleding

Al sinds 1863 maakt Schijvens Corporate Fashion bedrijfskleding voor retailers, bouwbedrijven en logistieke bedrijven. De focus ligt op circulair ondernemen met bijvoorbeeld 100% gerecyclede bedrijfskleding. Met een team van 35 mensen worden klanten bediend als Blokker, NS, Intratuin, Sligro, Strukton, Intergamma en Qatar Airways.





Meer weten over retourneren?

Ga naar postnl.nl/retouren of neem contact op met je accountmanager

