Minder retouren?

Start hier!

LAAT JE INSPIREREN

VOORWOORD

Meer grip op je retouren

Met oplossingen die zowel jou als je klanten meer gemak bezorgen

Het ideale retourproces? Dat start al bij het moment dat een potentiële klant voor jouw webwinkel kiest vanwege het goede retourbeleid. Besluit de klant na aankoop een pakket terug te sturen, dan is de retourinstructie superduidelijk. Je klant stuurt het pakket terug op het moment en op de plek dat het hem het beste uitkomt. Zonder gedoe. En als ondernemer stuur je met retourdata continu bij voor meer sales en minder retouren.

Klinkt dat als toekomstmuziek? Wij denken van niet. Want het feit dat 69% procent van de online shoppers eerst het retourbeleid checkt voordat ze hun winkelmandje vullen, geeft aan dat het retourproces een onwijs belangrijke stap is in de klantreis. En wist je dat een klant met een goede retourervaring, in 75% tot 100% van de gevallen terugkomt bij jouw webwinkel? En tot 3 keer meer herhaal aankopen doet? Steeds meer webwinkels gaan dit inzien en plukken er de vruchten van. Maar voor een groot gedeelte van de e-commercemarkt is er nog een hoop te behalen.

Gelukkig zijn er veel mogelijkheden om meer grip te krijgen op je retouren. Zo bieden we al verschillende retouroplossingen om de klantreis te optimaliseren en te vergemakkelijken. Zoals het Heen & Terug label, waarbij het heenlabel ook direct het retourlabel is. Wel zo duurzaam en makkelijk! Ook kunnen je klanten nu hun retouren via track & trace terug volgen.
En daarnaast zijn we ook volop bezig met innovaties. Zoals retour naar huisadres voor kleinere webwinkels, platformen en intermediairs. Allemaal retouroplossingen die zowel jou als je klanten meer gemak bezorgen.

Want onderaan de streep is elke retour een kans om je klant beter te leren kennen, te sturen op de volgende aankoop en de klant aan je te binden. Dus streven we er samen met de e-commercebranche naar dat retouren geen struikelblok meer zijn. Voor zowel consumenten als e-commerce ondernemers.

In dit magazine nemen we je dan ook mee in de wereld van retouren. We delen feiten, praktische tips & tricks en laten e-commerce ondernemers aan het woord over hun retouren.

Veel leesplezier!

Charlotte Gouweleeuw
Productmanager Retouren bij PostNL

Maak van retouren jouw grootste troef

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

ALLES OVER RETOUREN

Minder retouren graag! 4
Retouren: facts & figures 9
Innovaties in retouren 19
Nòg slimmer retour? 22
Hoe duurzaam zijn retouren? 25
Retouren als schakel in de circulaire ketting 29

DE RETOUREN VAN POSTNL

Antwoordnummer 15
Retourneren in de PostNL-app 15
Retouren en verpakkingen 16
Retour op afspraak 16
XL retour 17
Adresvalidatie om retouren te voorkomen 18
Retour aan de deur 19
Retourplaza 19
Returnless 19
Grenzeloze groei met je webwinkel 20

WEBWINKELS OVER HUN RETOUREN

Returnless: grip op je retourproces 11
Sportshop: Sportshop.com over internationale retouren 21
VodafoneZiggo: Kom maar op met die retouren! 23
Schijvens: Succesvol circulair door retouren 27

en verder ...

Voorwoord: Charlotte Gouweleeuw 02

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, retourenexpert 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 retouren 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 retouren is op zich dus niks mis. Maar als je merkt dat je retouren 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 retouren wilt verlagen? Zo kun je een meubelwebshop hebben met relatief weinig retouren. Maar de retouren 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 retouruitdaging 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 ventilater 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?

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 klant-verwachting beter te managen

Hoe kun je deze retouren verminderen?

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, retourenexpert bij PostNL

Retouren: facts & figures

Wist je dat Nederlanders koning zijn in het retourneren? **En 81% minder geneigd is een aankoop te doen als ze moeten betalen voor retouren?** 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 retouren gratis zijn

Behoefteonderzoek PostNL & e-shopper barometer

Maar liefst **82%** van de consumenten geeft aan vaker te gaan bestellen bij webwinkels die gratis retouren bieden! 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

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 bluepaper

Retour rumoer!

NOS.nl maakte een special over retouren.

Met een toffe interactieve webpagina leggen ze uit wat retouren voor invloed hebben op e-commerceondernemers en het milieu.

Meer over Retour rumoer!

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 bluepaper

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 recyclen, ze nemen alle opties onder de loep.

Bekijk de aflevering

Soepelere, goedkopere en duurzamere retouren

Krijg grip op je retourproces met Returnless

‘Wat is je ordernummer? Dan kijk ik even mee of we je retourpakket ontvangen hebben.’ E-commerce-expert Marijn Prijs staat soms versteld van de vele consumentenvragen bij webwinkels over retouren. Samen met techneut Chris Boer besluit hij dat dit anders moet. Soepeler, goedkoper en duurzamer. Ze creëerden Returnless: een tool om retourprocessen te automatiseren en versoepelen. Voor zowel e-commerceondernemers als hun klanten. We spreken Marijn en Head of Finance Pieter Verstijnen over deze populaire retourtool.

Foto: Pieter Verstijnen

Elke webwinkel wil groeien. Maar wat als je retourenstroom én de daarbij behorende druk op je klantenservice ook groeit? Dan moet je als e-commerceondernemer toch echt stappen gaan ondernemen. Marijn: ‘Sales, marktaandeel, omzet, daar draait het om in e-commerce! Alles wat geen sale is, is natuurlijk niet zo sexy. Maar als je in je retouren duikt kun je je winst behoorlijk optimaliseren. En ook je kosten, klantenservice, operatie, customer loyalty en reviews. Retouren zijn simpelweg een onderdeel van je webwinkel, net als marketing. Maar ze hebben in e-commerce jarenlang nul focus gehad. Maar dit is aan het veranderen en dat zien we aan de groei bij Returnless.’

Een soepele retourjourney met Returnless

Een online tool voor retouren dus. Het werkt als volgt: de webshop verwijst z’n klanten naar een online retourformulier, eenvoudig in te vullen vanaf een telefoon. De klant geeft aan welke items terug moeten en wat de retourreden is. Deze data gebruikt Returnless om een retouranalyse te maken voor de webshop. Met zogenaamde return rules kan de webshop bepalen wat er met een retour moet gebeuren. De consument kiest uiteindelijk hoe hij het pakket terug wil sturen en volgt de terugreis met track & trace. Met als resultaat een soepele retourjourney voor de consument, en de e-commerceondernemer heeft grip op z’n retouren.

Het retourvoorbeeld van Travelbags

Neem het succesverhaal van Travelbags, dat met de online tool weer grip op retouren kreeg. Marijn vertelt: ‘Voor Travelbags hebben we aan de hand van retourdata en verkoopdata een analyse getrokken samen met Heidi van Reductify. En wat bleek: 1% van de producten zorgde voor 17% van de retouren. Superwaardevolle inzichten zijn dat! Die 1% waren pak ‘m beet 100 producten. Die hebben ze verbeterd qua content.’ Pieter vult aan: ‘Zoals het verhaal van de zwarte weekendtas. Die werd continu teruggestuurd. Blijkbaar hadden de mensen het idee dat het een flinke tas was, op basis van de online content. Dat is makkelijk op te lossen door duidelijker te zijn in de omschrijving.’ Marijn vertelt verder: ‘En dat is ook mijn ervaring bij grote webwinkels. Die vullen schappen met duizenden tegelijk. Daar zitten schaalvoordelen in, maar het kan er ook toe leiden dat je grip kwijtraakt op producten. En dat je op bepaalde producten, zelfs hele categorieën, geen winst meer maakt. Hoogstens break-even draait. Onze tool kan de echte retourreden van dat soort producten eenvoudig achterhalen.’ →

Minder impact van retouren

Tevreden consumenten, blije e-commerceondernemers en minder retouren dus. Want onderaan de streep is de missie van Returnless om de impact van retouren te verminderen. Minder retouren betekent minder CO_2-uitstoot. Pieter kijkt dan ook uit naar de volgende stap: 'We gaan inzichtelijk maken hoeveel CO_2-uitstoot je als webwinkel bespaart door het voorkomen van retouren. We verwerken met onze tool nu al jaarlijks meer dan een miljoen retouren, dus we kunnen daarmee een flinke impact maken!' ▪

returnless.
sweatless returns

Impact van retouren verminderen op consumenten, e-commerceondernemers en het milieu. Zo doet Returnless dat:

Consumenten

Marijn: 'Retouren zijn voor een consument ook niet leuk! Dat vergeten webwinkels vaak. Je klant koopt iets en dat bevalt hem niet. Dat is jammer, maar het is belangrijk om het terugsturen zo klantvriendelijk mogelijk te maken. Zo bieden we multi-carrier-oplossingen in onze tool, zodat een consument het pakket altijd in de buurt kan afgeven. Daarnaast kan de consument met track & trace het retourpakket volgen. Een fijn gevoel, vooral als je een pakket van waarde terugstuurt.'

E-commerceondernemers

Marijn: 'Met Returnless kan je heel inzichtelijk zien wat je klanten terugsturen én daarop inspelen. Alle data lekker overzichtelijk, zoals de retourreden. Want bij een te klein t-shirt zou je misschien het ruilen kunnen stimuleren, maar bij een defect apparaat wil je dat de klantenservice contact opneemt en kijkt of het met een korting alsnog een tevreden klant oplevert. Of je productinformatie aanpassen als een kledingstuk vaak wordt geretourneerd omdat de kleur anders uitpakt.'

Duurzaamheid

Pieter: 'We geloven dat alle organisaties bezig moeten zijn met duurzaamheid. We zorgen met Returnless voor minder retouren, dat is altijd al duurzamer. We kunnen ook papierloos retourneren, scheelt weer papier. Maar we zien daarnaast nog heel veel mogelijkheden! We willen bijvoorbeeld nu echt meetbaar maken hoeveel CO_2 je als webwinkel bespaart door het voorkomen van retouren. Dat in de dashboards opnemen voor webwinkels is onze volgende stap. Want als je in duurzaamheid voorloper bent, gaat dat ook een koopreden zijn voor consumenten om voor jouw webwinkel te kiezen.'

DE RETOUREN VAN POSTNL

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? →

DE RETOUREN VAN POSTNL

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.

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

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.

Het antwoordnummer voor klein elektronisch afval

Laptops, waterkokers, stofzuigers, lampen en mobieltjes. Als je elektronische apparaten verkoopt in je webwinkel, dan ben je verplicht soortgelijk afval in te zamelen en te recyclen. Ook als je klant het apparaat niet bij jou gekocht heeft. Denk aan printers, keukenapparatuur of laptops. Maak het jezelf gemakkelijk met een antwoordnummer voor klein elektronisch afval: je klant levert zijn oude apparaat in bij een PostNL-punt of pakketbezorger en wij recyclen jouw e-waste. Zo voldoe jij aan de WEEE-wet, waarbij je verplicht bent een soortgelijk apparaat dat je verkoopt in te verzamelen en te recyclen. ▪

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.'

SCAN OF KLIK

Meer over antwoordnummers

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. Via track & trace volgt je klant het pakket weer helemaal tot aan jouw magazijn terug. ▪

DE RETOUREN VAN POSTNL

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 CO_2-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!

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. ▪

SCAN OF KLIK

Bestel hier ook de DoGoodBag!

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.

DE RETOUREN VAN POSTNL

XL retour

XL producten retour? Geen probleem via Extra@Home

SCAN OF KLIK

Bekijk alle voordelen van 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 blije 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. ▪

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

SCAN OF KLIK

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!

DE RETOUREN VAN POSTNL

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. Daarom hebben we nu ook met succes de internationale adrescheck toegepast. Zo worden nu ook de adressen in België en Duitsland foutloos ingevoerd’’

Het gemak van retour aan de deur

Bespaar jouw klanten tijd en gedoe

SCAN OF KLIK

Meer info over retour aan de deur

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.

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**. ▪

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. Klanten zien foto’s en gegevens van de bestelling en kunnen makkelijk de retouraanmelding doen. Deze aanmelding wordt automatisch doorgezet naar de backend van onze webwinkel. Zodat wij die niet zelf hoeven aan te maken. Met return rules hebben we het retourbeleid geautomatiseerd. Met printloze retourlabels van PostNL kunnen we klanten nog meer service bij aanbieden. Hopelijk beschikken we binnenkort ook over retour analyses om inkoop, voorraad en retourbeleid verder te optimaliseren. Met dit alles 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**. 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. ▪

returnless.
sweatless returns

Grenzeloze groei met je webwinkel?

Zorg voor een goed retourproces!

Ook jouw internationale klant koopt nu eenmaal sneller als hij weet dat hij zijn aankoop probleemloos terug kan sturen. Gemiddeld komt 10% van internationale online aankopen retour. In fashion is dat zelfs 25%, in sport & spel is dat 15%. Een goede internationale retouroplossing is dus onmisbaar voor je klanten. Samen met onze partners in het buitenland maken wij dit voor je mogelijk.

Video - Bekijk de video over het internationale retouren protaal

Voordelen internationale retourzendingen

- Via de beste internationale retournetwerken
- Ook in het buitenland altijd een afgiftepunt in de buurt
- Mogelijkheid om retouren verzameld te ontvangen
- Makkelijk te integreren retourapplicaties of API-integratie
- Retouren volg je met track & trace
- Pakketten zijn standaard verzekerd tot 500 euro

Hoe werkt het?

Welk retourproces het beste past, is afhankelijk van het gewicht van de zending, de IT-integratie en hoe je de retouren terug wilt krijgen. Met ons grote netwerk kan jouw klant altijd in de buurt een retour afgeven. Bekijk op **postnl.nl/dropofflocations** de afgiftepunten per land voor jouw internationale klanten.

Retouren verzameld terug

Staat gemak voor jouw klant voorop en stem je de retouren het liefst af op jouw proces? Dan bieden we hiervoor 2 simpele en meteen te gebruiken oplossingen. Internationale retouren basic (tot 2 kg) en internationale retouren tot 30 kg. Jouw klant maakt via een consumentenportaal meteen een label aan of je integreert de oplossing via API in jouw systeem.

Retouren per stuk terug

Natuurlijk kun je ook je pakketten vanuit het buitenland retour laten sturen met Pakketten Europa Retouren (ERS). Deze worden naar je vestigingsadres per stuk teruggestuurd.

Je pakketten zijn volledig te volgen via track & trace. Met Pakketten Europa retouren geef je je klant in het buitenland de mogelijkheid om een zending kosteloos terug te sturen. Dit kan via een lokaal postkantoor in 24 landen.

‘We zijn ons bewust van de hoge kosten van retourzendingen, vooral voor kleinere webshops. We proberen de kosten dan ook zo laag mogelijk te houden. Vroeger druppelden internationale retourzendingen bijvoorbeeld per stuk binnen. We bieden nu een retourservice die artikelen bundelt en levert op een manier die voor de klant het handigst is. Daarnaast is ons portaal in 22 talen beschikbaar en kan de consument in het buitenland zelf een label aanvragen. Dit ontlast de klantenservice van webshops enorm!’

Medy Talib
Portfolio Manager Internationale Retouren bij PostNL

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

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-commmerce 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.’ ▪

SCAN OF KLIK

Meer info over internationale retouren

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 Q4 2022 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 sorteermachines 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.

Live Q4 2022

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. Of geeft het pakket aan de deur mee aan de pakketbezorger. Daarnaast scheelt het jou papier en handelingen voor een retourlabel. Je 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. Handig!

Digitaal verzendbewijs

Retourpakket volgen via track & trace

Je klanten volgen nu eenvoudig hun retourpakket met een digitaal verzendbewijs per e-mail. **Want als je in de voormelding van een retourpakket een mailadres van je klant meegeeft, dan kan je klant via track & trace zijn retour volgen**. Zowel online als via de PostNL-app. Wel zo'n prettig gevoel voor zowel jou als je klant. En scheelt ook een hoop telefoontjes naar je klantenservice of het pakket al terug is. Hiermee is het papieren verzendbewijs dat je klant bij een PostNL-punt ontvangt overbodig. Ook een stuk duurzamer dus!

Vanaf Q4 2022 beschikbaar!

Retouren NL (naar huisadres)

Volop in ontwikkeling is deze nieuwe service voor kleinere webshops. Maar ook voor platforms en intermediairs met veel retouradressen. Want ook bij kleinere shops spelen retouren een steeds belangrijkere rol. Met retouren NL (naar huisadres) hebben we hier een oplossing voor. Zo kan de kleinere webshop ook meer grip op zijn retouren krijgen. En consumenten kunnen dan ook gewoon gebruik maken van retourdiensten als retour aan de deur en smart returns. Binnenkort meer hierover! ▪

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.' →

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

Matthijs Pluimers, retourexpert bij PostNL

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.

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

CO_2-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 CO_2-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. →

Uiteindelijk bespaarde het veranderen van de locatie van het retourdepot alleen in deze case al 15.000 kilo CO_2-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 CO_2-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

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 verantwoorder 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 McDonald's 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, 36% aan energie en realiseren we 20% CO_2-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.' ▪

schijvens CORPORATE FASHION since 1863

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, Albert Heijn, A.S Watson, McDonald's, Intergamma en Qatar Airways

Van afval naar grondstof

Retouren als schakel in de circulaire ketting

Van afval naar grondstof

Gaan retouren en duurzaamheid hand in hand? Wel als het aan Boy van der Velden ligt. In de afgelopen jaren was hij als Business Development Manager bij PostNL betrokken bij verschillende duurzame initiatieven. Denk aan snelle fietsbezorging, was-service Dobbi, de circulaire transitie van Schijvens Corporate Fashion en Drop & Loop.

Logistieke uitdaging

Retouren in je voordeel laten werken, dat klinkt te mooi om waar te zijn. Maar Boy van der Velden ziet juist duurzame mogelijkheden. Die zitten wat hem betreft in het slim benutten van wat er al bestaat. Hij vertelt: 'Klanten hebben vaak een logistieke uitdaging. Als ze duurzaam willen zijn, is het laatste wat ze willen zelf een busje kopen en op diesel gaan rondrijden om producten op te halen. Want dat heeft juist een negatieve impact. Wij bieden klanten daarom de netwerken aan die PostNL al heeft. Voor klanten is dat een fijn verhaal: we gebruiken PostNL, want die rijden toch al langs bij onze klant en onze retailers.'

Het textielvraagstuk

Het is een rode draad in het circulaire gedachtengoed: slim gebruikmaken van wat er al is. En retouren kunnen hierin zomaar een hoofdrol gaan spelen, omdat je hiermee van een lineair naar een circulair proces kunt gaan. In sommige sectoren is of wordt dit zelfs verplicht. Boy vertelt: 'Vanaf 2023 wordt het voor alle textielverkopers in Nederland wettelijk verplicht om elk product dat ze verkopen ook weer in te nemen, zodat het daarna een nieuw leven kan krijgen.'

In het artikel over Schijvens Corporate Fashion lees je hoe Schijvens – met behulp van Boy – de circulaire toer op ging. Dit

vraagstuk vroeg om een heel nieuwe kijk op retourlogistiek, waarbij rolcontainers worden ingezet om op verschillende locaties werkkleding in te zamelen. Schijvens produceert en recyclet de kleding, PostNL regelt de rest. Uniek is de manier van vervoeren, die het geheel extra duurzaam maakt. 'Als je normaal een rolcontainer wilt laten ophalen, heb je al gauw een vrachtwagen of bakwagen nodig. Groot zwaar vervoer. Wij rijden met kleine busjes door de binnensteden, waar 5 of 6 rolcontainers in kunnen. Je kunt heel goed 2 of 3 containers ophalen. En dat is uniek in de markt. Want het is normaal pas rendabel vanaf een container of 10, of een vrachtwagen van 50 containers. Daarnaast haalt PostNL retourtextiel op tijdens bezorgmomenten, zodat we nooit met een lege bus rijden.'

Oplossingen op maat

'Na het artikel over Schijvens wisten mensen ons echt te vinden. Zo zijn we ook aan tafel gekomen bij Drop & Loop. Dat is een statiegeldautomaat voor textiel, die bijvoorbeeld bij de supermarkt staat. Dus je gooit je textiel erin en dan krijg je een tegoedbon waarmee je Drop & Loop-producten kunt kopen in die winkel. Deze producten zijn gemaakt van het textiel wat door de automaat verzameld is.' Achter de schermen zorgt PostNL ervoor dat het textiel op de meest duurzame wijze bij Drop & Loop komt.

Er zijn dus al veel slimme initiatieven in omloop en ontwikkeling, maar de puzzel is volgens Boy nog niet helemaal rond. Ook op andere duurzaamheidsniveaus valt nog een wereld te winnen. 'We zijn nog met een aantal veelbelovende pilots bezig om te kijken hoeveel er mogelijk is in dat circulaire stuk. Voor Coolblue doen we bijvoorbeeld een pilot in België waarbij ze kapotte producten repareren in een winkel. Vervolgens halen wij die weer op en sturen ze terug naar de consument.'

Win win win!

Van lineair naar circulair denken, het is voor veel bedrijven inclusief PostNL nog best een grote omslag. Maar uiteindelijk ziet Boy vooral een win-win-winsituatie. 'Het zijn spannende tijden, ook logistiek gezien. Als je alles terugkrijgt wat je verstuurt, krijg je in potentie ook 2 keer zoveel business. En van een afvalstroom wordt niemand blij. Maar als je die afvalstroom als nieuwe grondstofstroom gebruikt, worden mensen er juist wel blij van.' Dat in duurzame logistieke oplossingen een kansrijke toekomst voor zowel PostNL als de klant ligt, staat voor hem vast: 'Iedereen wil het. De grote bottleneck is logistiek, en dat is iets wat wij juist goed kunnen.'

'Als je alles terugkrijgt wat je verstuurt, krijg je in potentie ook 2 keer zoveel business.'

Boy van der Velden
Business development manager, PostNL

Meer weten over retouren?

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