

BPOST EN ZALANDO TESTEN SLIMME TECHNOLOGIE OM VOORDEUR OP AFSTAND TE OPENEN VOOR LEVERINGEN EN OPHALINGEN

- Dankzij de ‘smart home’-technologie kunnen klanten hun pakjes rechtstreeks binnen in huis laten leveren, zelfs indien ze niet thuis zijn.
 - Zalando en bpost slaan de handen in elkaar om de mogelijkheden van in-huislevering en ophaling te onderzoeken en zo het leven van klanten makkelijker te maken.
 - 90% procent van de deelnemers die de technologie konden testen, zeggen dat ze de dienst zouden blijven gebruiken.
-

BERLIJN, DECEMBER 13, 2018 // bpost en Zalando lanceerden afgelopen herfst een eenmalige test in België om te onderzoeken of in-huislevering en in-huisophaling mogelijkheden bood voor de klanten van Zalando. In de test werd onderzocht hoe klanten met elkaar omgaan en hoe ze staan tegenover deze nieuwe dienst. In welke mate zijn de klanten er gerust in dat een bezorger hun huis binnengaat als ze zelf niet thuis zijn? En het was ook belangrijk om te weten wat er nodig is om klant mee te krijgen in dit verhaal.

50 % van de onlineshoppers die deel uitmaken van de testgroep zou vertrouwen hebben in rechtstreekse in-huisleveringen

In de eerste fase van de test werd aan 750 onlineshoppers gevraagd of ze bereid zouden zijn om de dienst uit te proberen en hoe ze stonden tegenover het idee om hun pakje te laten leveren of ophalen terwijl ze niet thuis zijn. De studie toonde aan dat 50 % van de shoppers open staan voor in-huisleveringen door bpost. Wat ook opviel, is dat mensen die regelmatig thuis leveringen ontvangen, zoals online aankopen of etenswaren, meer open staan voor in-huisleveringen en in-huisophalingen.

In een tweede fase kregen de deelnemende huizen een zogenaamd slim deurslot en een slimme deurbel. Dankzij deze technologie kunnen klanten hun deur op afstand openen en zo toegang verlenen tot hun huis. Er werd aan de klanten gevraagd om goederen te bestellen op Zalando en om een levering te vragen via bpost. Ze legden ook ophalingen vast voor de artikels die ze wilden terugsturen.

De technologie werkt op een zeer eenvoudige manier. Wanneer de koerier op het adres toekomt, duwt hij op de slimme deurbel, die rechtstreeks verbonden is met de telefoon van de klant. De klant identificeert de koerier en opent de deur van het huis van op afstand via zijn telefoon. De koerier legt vervolgens het pakje in huis en sluit de deur. De levering wordt gestreamd en de klanten kunnen het volledige proces van op afstand volgen. Ze kunnen ook spreken met de koerier. Ze kunnen er altijd voor kiezen om de deur, om wat voor reden dan ook, niet te openen. Het is de bedoeling om zo transparant mogelijk te zijn en de klant de volledige controle te geven tijdens het proces.

Eén van de belangrijkste vaststellingen uit de tweede fase is dat de klanten na de test overtuigd zijn door de technologie die dat allemaal mogelijk maakt. 90% van de deelnemers gaf zelfs aan de slimme deurbel ook na de test te blijven gebruiken. Nog een les die getrokken werd uit het experiment is dat, zodra de hardware geïnstalleerd was het gemak van deze dienstverlening het haalde van de bezorgdheden.

“Elke klant heeft zijn eigen behoeften en leveringsvoorkeuren”, legt Patrick Leysen, VP Future Lab bij bpost, uit. “Om onze producten en diensten aan die behoeften aan te passen, ontwikkelt en test het future lab van bpost innoverende oplossingen, samen met vertrouwde partners zoals Zalando. Onze bedrijven hebben hetzelfde doel voor ogen: het leven van onze klanten zo makkelijk mogelijk maken. Dankzij de voorkeurstool van bpost kan een klant al kiezen tussen een aantal leveringsopties wanneer hij niet thuis is: een veilige plaats, een buur of een Cubee-automaat bijvoorbeeld. In de toekomst zullen tests zoals in-huislevering en -ophaling de klantenervaring van Belgische klanten naar een nog hoger niveau tillen.”

“Testen zit in het dna van Zalando. We blijven voortdurend innoveren en onze diensten herbekijken om onze klanten meer flexibiliteit en variatie te kunnen bieden. In-huislevering zou een interessante nieuwe optie kunnen worden in ons dienstengamma en dat willen we van naderbij bekijken. Technologie biedt heel wat nieuwe mogelijkheden, maar we merken ook dat klanten transparantie vragen, alsook gedetailleerde informatie over de dienst. Samen met bpost willen we een nauwe dialoog aangaan met onze klanten,” zegt Jan Bartels, VP Customer Fulfilment and Logistics bij Zalando.

“Zalando heeft in België al heel wat diensten getest. We hebben de zondagslevering, terugzending op aanvraag en levering op basis van geolocalisatie getest. De test met in-huislevering is nog maar eens een voorbeeld van onze succesvolle partnerschappen in België. Van bij het begin waren we geïntrigeerd door het idee van bpost om onderzoek te doen naar de mogelijkheden van slimme technologie en de manier waarop die gebruikt kan worden om de klantenervaring te herbekijken en te vergemakkelijken”, zegt Kenneth Melchior, Director Northern Europe bij Zalando.

NOTES TO EDITORS

ABOUT ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) is Europe's leading online fashion and lifestyle platform for women, men and children. We offer our customers a one-stop, convenient shopping experience with an extensive selection of lifestyle articles including shoes, apparel, accessories and beauty products, with free delivery and returns. Our assortment of almost 2,000 international brands ranges from popular global brands, fast fashion and local brands, and is complemented by our private label products. Our localized offering addresses the distinct preferences of our customers in each of the 17 European markets we serve: Austria, Belgium, Czech Republic, Denmark, Finland, France, Germany, Ireland, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Norway, Spain, Sweden, Switzerland, Poland, and the United Kingdom. Our logistics network with five centrally located fulfillment centers allows us to efficiently serve our customers throughout Europe, supported by warehouses in Northern Italy, France and Sweden with a focus on local customer needs. We believe that our integration of fashion, operations and online technology gives us the capability to deliver a compelling value proposition to both our customers and fashion brand partners.

CONTACT ZALANDO
Monica Franz / Corporate Communications
monica.franz@zalando.nl
+49 (0) 152 3884 3157