myparcel

Ruimte in je marge.

Hoe je met verzenddata je winst vergroot.



Ontdek de ruimte in je logistiek.

Inleiding.

Je e-commerce bedrijf groeit. Meer orders, meer zendingen, meer omzet. Maar ergens in die groei gebeurt er iets wat je niet zag aankomen: je logistieke kosten worden onverklaarbaar.

De ene maand lijken je verzendkosten in lijn met je volume, de volgende maand zijn ze fors hoger dan je zou verwachten. Kosten die je niet kunt verklaren, kun je ook niet sturen. Je reageert op facturen, in plaats van dat je keuzes maakt. Je onderhandelt over tarieven terwijl de echte kostendruk ergens anders zit.

Grip begint niet bij tarieven onderhandelen. Het begint bij begrijpen waar je kosten vandaan komen. Welke toeslagen betaal je structureel, en waarom? Maakt je vervoerderskeuze per zending echt verschil? En hoe zorg je ervoor dat de keuzes die je vandaag maakt, ook morgen consequent worden uitgevoerd?

In deze whitepaper laten we zien waar de controle verdwijnt en hoe je die weer terugkrijgt.

Logistiek hoeft geen black box te zijn. Als je het goed organiseert, heb je de volledige regie. Zo krijg je weer ruimte in je marge.



Inhoudsopgave.

1. Toeslagen blz. 04

2. De juiste vervoerder voor de juiste zending blz. 08

3. Automatiseer je verzendkeuzes blz. 10

4. Analyseer je retouren blz. 11

5. Maak er een jaarlijkse logistieke check van blz. 14

6. Krijg ruimte in je marge met MyParcel blz. 16

1. Toeslagen.

Toeslagen zijn zelden het gevolg van pech. Ze zijn het gevolg van een proces dat niet is ingericht om ze te voorkomen.

Veel e-commerce bedrijven ontdekken bij het analyseren van hun verzendfacturen pas hoeveel ze eigenlijk betalen. Een deel daarvan was makkelijk te voorkomen.

Een toeslag van 50 cent klinkt klein. Maar bij 500 zendingen per maand is dat 3.000 euro per jaar - aan één toeslag. De meeste webshops betalen er structureel drie of vier tegelijk.

Je kunt toeslagen in drie categorieën verdelen.

✕ Niet te voorkomen.

Brandstoftoeslag.
Sommige toeslagen horen er gewoon bij. De brandstoftoeslag is daar het bekendste voorbeeld van. Vervoerders voeren deze in om schommelingen in brandstofprijzen op te vangen.

Hier verander je niks aan. Wat je wél kunt doen: hem meenemen in je verkoopprijs. Bereken wat deze toeslag je gemiddeld per order kost - en verwerk dat in je prijs.

✓ Makkelijk te voorkomen.

Adrescorrectietoeslag.
Sommige toeslagen ontstaan door kleine fouten in het proces. Denk aan de adrescorrectietoeslag.

Voert een klant een verkeerd adres in, dan moet de vervoerder dat corrigeren. En daarvoor stuurt hij jou de rekening.

Dit wordt vaak gezien als een technisch detail. Iets wat er nu eenmaal bij hoort. Maar op schaal is het gewoon een serieuze kostenpost.

De oplossing: een goede adresvalidatie in je check-out. Als je een zending aanmaakt via onze backoffice, worden je addressen automatisch gecheckt.

Handmatige verwerking.
Pakketten die niet goed door sorteermachines kunnen, moeten handmatig worden verwerkt. Dat leidt tot extra kosten.

Dit gebeurt bijvoorbeeld bij:

- kokers
- bolle verzendzakken
- ingedeukte dozen
- verkeerd geplakte labels
- onleesbare labels



Dit soort problemen worden pas zichtbaar op de factuur, niet op de werkvloer. De medewerker die inpakt, ziet niet wat er later in het sorteercentrum gebeurt. Zonder die feedback blijft het patroon bestaan.

Voorkom deze toeslag door te verzenden in standaard rechthoekige dozen. Verpak stevig en vul lege ruimte op. Plak labels op de juiste plek en investeer in een labelprinter die scherp en consistent afdrukt.

? Misschien te voorkomen.

Volumetoeslag.
Veel pakketten bevatten meer lucht dan product. Vervoerders vervoeren zo onnodig veel ruimte. Daarom rekenen sommige daar een toeslag voor. PostNL doet dat bijvoorbeeld bij pakketten boven de 50 dm^3.

In de meeste e-commerce bedrijven staan verpakkingskeuze en verzendkosten los van elkaar. Het gevolg? Je medewerker pakt wat voorhanden is, zonder te weten dat een net iets kleinere doos een toeslag had voorkomen.

De oplossing is dan ook simpel: kies verpakkingen die zo dicht mogelijk aansluiten op je product.

Let op: vervoerders meten de buitenmaat van de doos, niet de binnenmaat.

Correcties op gewicht en afmetingen.
Veel e-commerce bedrijven schatten het gewicht of de afmetingen van hun pakketten. Maar vervoerders meten en wegen ze in hun sorteercentra na. Klopt dat niet? Dan volgt een correctie op je factuur. Van een paar euro tot tientallen euro's per zending.

Zorg dus dat de afmetingen van je producten correct zijn. Zo weet je wat je gaat betalen of kan je een ander, goedkoper verzendproduct kiezen.

Vrijwel elke toeslag is terug te leiden naar een keuze die eerder in het proces is gemaakt. Weten welke toeslagen jij betaalt - en waarom - is daarom de eerste stap naar meer ruimte in je marge.



2. De juiste vervoerder voor de juiste zending.

Veel webshops verzenden met één vaste vervoerder. Het houdt het overzichtelijk: je kent de werkwijze, hebt één ophaalservice en hoeft maar met één partij rekening te houden.

Maar het betekent ook dat je voor elke zending automatisch dezelfde keuze maakt - ongeacht of dat in die situatie de beste optie is.

Want tarieven, toeslagen en prestaties verschillen per vervoerder, per land en per type zending. Gebruik je altijd dezelfde, dan betaal je voor sommige zendingen meer dan nodig.

Eén vervoerder werkt niet overal even goed.

Een vervoerder die uitstekend presteert in Nederland, kan in België of Duitsland afhankelijk zijn van lokale partners. Of minder depots en bezorgers hebben. In zo’n geval kan een andere vervoerder sneller of betrouwbaarder leveren.

Krijg je in bepaalde regio's veel Waar is mijn pakket?-vragen? Of zie je een hoger retourpercentage in bepaalde gebieden? Kijk dan kritisch naar je vervoerderskeuze in die regio's.

Wanneer worden meerdere vervoerders interessant?

Als je:

- Naar meerdere landen verzendt.
- Zowel zakelijke als particuliere ontvangers hebt.
- Piekperiodes hebt, waarin extra capaciteit nodig is.
- Merkt dat klanten een voorkeur hebben voor bepaalde vervoerders.
- Klachten krijgt uit specifieke regio's.

Door verschillende vervoerders naast elkaar te gebruiken, kun je per zending een betere keuze maken. Sneller waar het kan, betrouwbaarder waar het moet. En altijd tegen de beste prijs.



3. Automatiseer je verzendkeuzes.

Je weet nu waar toeslagen vandaan komen en wanneer een andere vervoerder de betere keuze is. Maar zolang die keuzes niet zijn vastgelegd, zijn ze kwetsbaar.

Op een rustige ochtend maak je die keuzes bewust. Maar op een drukke vrijdagmiddag - als je hoofd al bij het weekend is - wordt die afweging snel overgeslagen.

En je medewerkers? Die pakken in wat er ingepakt moet worden. Het is niet hun verantwoordelijkheid te weten wanneer een zending verzekerd moet worden, welke vervoerder beter presteert in Duitsland, of wanneer een brievenbuspakketje goedkoper is.

Het gevolg is dat de verbeteringen die je eerder hebt doorgevoerd niet consequent worden toegepast. Die zending gaat toch via de duurdere vervoerder. Die toeslag betaal je toch weer. Onnodig.

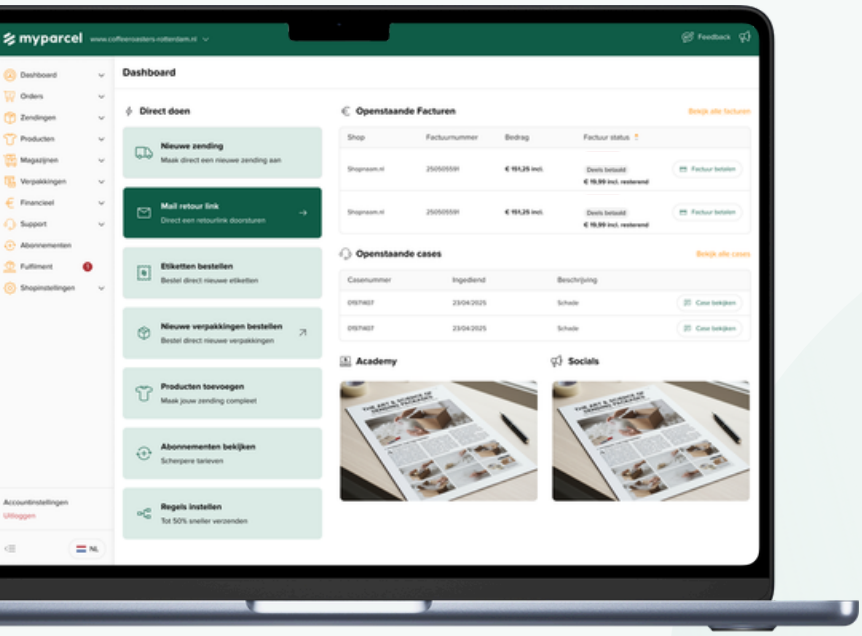
Automatisering is niet een kwestie van efficiëntie, het is de enige manier om controle te borgen als je groeit.

Dat doe je door je verzendkeuzes eenmalig vast te leggen. Dit kan via je webshop-plugin of via verzendregels in je backoffice. Ze worden bij elke order automatisch toegepast.

Denk aan:

- Zendingen naar Duitsland gaan automatisch via een specifieke vervoerder.
- Orders boven €250 worden automatisch verzekerd verzonden.
- Kleine producten worden automatisch als brievenbuspakket aangemaakt.
- Zware orders worden automatisch opgesplitst in meerdere pakketten.
- Elke zending krijgt standaard het juiste pakkettype en de juiste opties mee.

Zo heb je minder handmatig werk en een consistent verzendproces. Besparingen worden zo structureel, in plaats van afhankelijk van de drukte van de dag.



4. Analyseer je retouren.

Elke retourzending kost geld. De kosten van de retourverzending zelf, de verwerkingstijd en de controle. Soms komt een product ook nog eens onverkoopbaar terug en moet je het afschrijven. Het loont dus om structureel naar je retouren te kijken.

Begin bij de redenen. Waarom sturen klanten producten terug? Terugkerende patronen geven je direct iets om mee aan de slag te gaan. Er zijn twee soorten vermijdbare retouren:

Retouren door onduidelijke productinformatie.

De klant krijgt iets anders dan verwacht. Dat wijst op onduidelijke foto's, onvolledige beschrijvingen of foute maatvoering. Verbeter de productpagina's van deze producten en voorkom een deel van deze retouren.

Retouren door procesfouten.

De klant krijgt simpelweg het verkeerde product opgestuurd. Dit zijn de duurste retouren: je betaalt de originele verzending, de retourkosten én de verzending van het juiste product.

Komt het pakket ook nog eens beschadigd terug? Dan moet je het afschrijven. De kans dat deze klant nog een keer bestelt, is klein. En schrijft hij ook nog een negatieve recensie, dan kost die fout je veel meer dan één order.

Een retour is geen incident. Als hetzelfde patroon zich herhaalt, is het een signaal dat ergens in je proces iets niet klopt.



5. Maak er een jaarlijkse logistieke check van.

Vervoerders passen elk jaar hun tarieven aan, voegen toeslagen toe of introduceren nieuwe producten. En jouw situatie verandert ook: een groeiend assortiment, nieuwe landen, hogere volumes.

Toch nemen veel e-commerce bedrijven hun logistieke strategie zelden opnieuw onder de loep. Zonde, want kleine inefficiënties kunnen jarenlang ongemerkt doorwerken in je verzendkosten. Plan daarom elk jaar 1 vast moment in. Januari is ideaal: de drukte van de feestdagen ligt achter je en vervoerders hebben hun nieuwe tarieven en voorwaarden gepubliceerd. Het hoeft geen groot project te zijn. Met de juiste data heb je vaak in één middag al veel inzicht.

Gebruik deze checklist:

€ Tarieven en toeslagen.

Zijn de tarieven van je huidige vervoerder nog concurrerend? Zijn er nieuwe toeslagen bijgekomen die je kunt vermijden? En zijn er verzendproducten die voordeliger zijn voor jouw productspecificaties?

Maximale afmetingen.

Zijn de tarieven van je huidige vervoerder nog concurrerend? Zijn er nieuwe toeslagen bijgekomen die je kunt vermijden? En zijn er verzendproducten die voordeliger zijn voor jouw productspecificaties?

Performance per vervoerder en regio.

Presteert je vaste vervoerder nog goed in alle gebieden waar je naartoe verzendt? Meer klantvragen of een hoger retourpercentage in een bepaalde regio? Dat wijst vaak op prestatieproblemen die uiteindelijk geld kosten.

Nieuwe verzendopties.

Doe dit elk jaar, en je voorkomt dat kleine inefficiënties jarenlang ongemerkt blijven doorwerken in je verzendkosten.

6. Krijg ruimte in je marge met MyParcel.

In deze whitepaper hebben we gekeken waar in je logistieke proces ruimte zit om je marge te verbeteren. Door toeslagen te voorkomen, de juiste vervoerder per zending te kiezen, verzendkeuzes te automatiseren en kleine procesfouten te verminderen.

Maar om dat structureel te doen, heb je inzicht en de juiste tools nodig. Die zitten allemaal in een MyParcel Pakket.



Inzicht met MyAnalytics.

Weten wat je logistiek écht kost? Met MyAnalytics zie je in 1 oogopslag:

- **Je totale verzendkosten.** Uitgesplitst per vervoerder, verzendproduct, gewicht en volume.
- **Toeslagen per vervoerder.** Welke toeslagen betaal je, en welke kun je voorkomen? Je krijgt direct advies om ze te voorkomen.
- **De overkomstduur van je zendingen.** Vergelijk per vervoerder, regio en verzendproduct hoe snel pakketten aankomen.
- **Schades en vermissingen.** Welke pakketten komen beschadigd aan en bij welke vervoerder? Spot patronen, pas je verpakking of vervoerder aan en voorkom onnodige kosten.
- **Vertragingen.** Zie welke zendingen vertraagd zijn voordat je klant erover klaagt.
- **Een benchmark met de markt.** Vergelijk jouw prestaties met het MyParcel- en branchegemiddelde. Zo zie je direct waar je kunt verbeteren.

Bekijk alles op maand-, week- of dagniveau, tot aan individuele zendingen. Zo spot je kansen zonder honderden facturen door te spitten of ingewikkelde Excel-sheets bij te houden.



Automatiseer met plugins en verzendregels.

Met verzendregels én via onze plugins kun je verzendkeuzes automatiseren op basis van bijvoorbeeld bestemming, gewicht, orderwaarde of product.

Je stelt de regels of instellingen één keer in en daarna wordt automatisch de juiste vervoerder, verzendoptie of pakkettype gekozen. Zo voorkom je fouten, bespaar je tijd en zorg je ervoor dat elke zending volgens jouw strategie wordt verwerkt.

Verzend tegen je eigen tarieven met MyContracts.

Misschien heb je al een eigen verzendcontract met een vervoerder. Of kom je op een punt waarop je zelf met vervoerders over tarieven kunt onderhandelen.

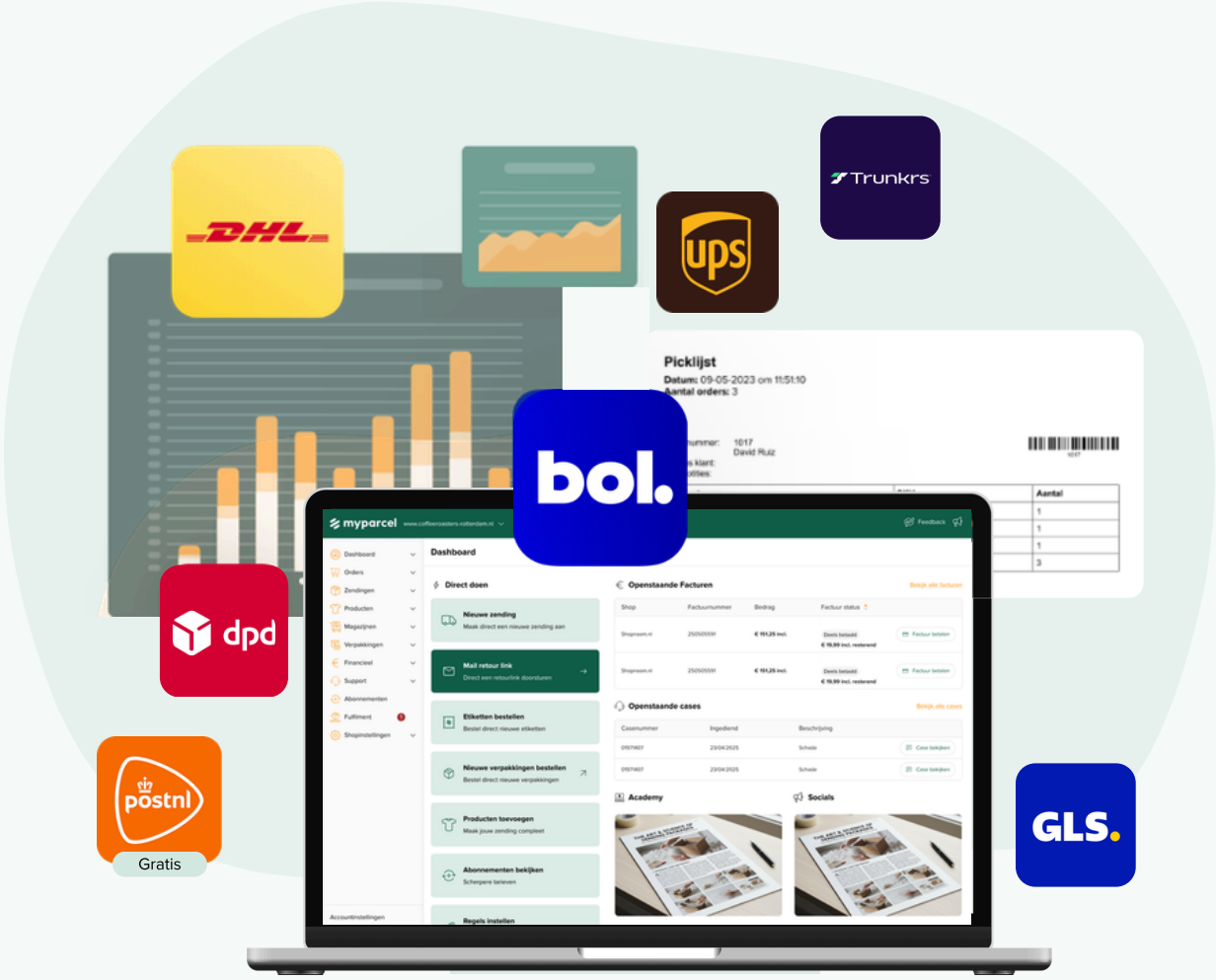
Je levert dan vaak wel in op gebruiksgemak. De software van vervoerders is vaak beperkt. Je mist goede koppelingen met je webshop, branded Track & Trace, een goede retour-ervaring of mogelijkheden om verzendkeuzes te automatiseren.

Met MyContracts koppel je je eigen vervoerderscontracten aan MyParcel. Zo verzend je tegen je eigen tarieven én profiteer je van een gebruiksvriendelijk platform met 30+ integraties, branded Track & Trace, je eigen retourportaal, Analytics en verzendregels.

Begin direct met besparen.

Je weet nu waar de ruimte in je marge zit. Met een MyParcel Pakket zet je de eerste stap om hem ook echt te benutten - te beginnen met 25 cent korting per zending. Dat is bij 500 zendingen per maand al een besparing van € 1.500 euro per jaar. Dan tel je de besparingen door betere vervoerderskeuzes, minder toeslagen en minder fouten nog niet eens mee.

Benieuwd waar jouw ruimte zit? Plan een gesprek met ons sales-team. We duiken samen in je verzenddata en laten zien wat er voor jouw webshop mogelijk is.



INSPO

Begin direct met besparen.

Je weet nu waar de ruimte in je marge zit. Met een MyParcel Pakket zet je de eerste stap om hem ook echt te benutten - te beginnen met 25 cent korting per zending. Dat is bij 500 zendingen per maand al een besparing van € 1.500 euro per jaar. Dan tel je de besparingen door betere vervoerderskeuzes, minder toeslagen en minder fouten nog niet eens mee.

Benieuwd waar jouw ruimte zit? Plan een gesprek met ons sales-team. We duiken samen in je verzenddata en laten zien wat er voor jouw webshop mogelijk is.





4. Analyseer je retouren.

Elke retourzending kost geld. De kosten van de retourverzending zelf, de verwerkingstijd en de controle. Soms komt een product ook nog eens onverkoopbaar terug en moet je het afschrijven. Het loont dus om structureel naar je retouren te kijken.

Begin bij de redenen. Waarom sturen klanten producten terug? Terugkerende patronen geven je direct iets om mee aan de slag te gaan. Er zijn twee soorten vermijdbare retouren:

Retouren door onduidelijke productinformatie.

De klant krijgt iets anders dan verwacht. Dat wijst op onduidelijke foto's, onvolledige beschrijvingen of foute maatvoering. Verbeter de productpagina's van deze producten en voorkom een deel van deze retouren.

5. Maak er een jaarlijkse logistieke check van.

Vervoerders passen elk jaar hun tarieven aan, voegen toeslagen toe of introduceren nieuwe producten. En jouw situatie verandert ook: een groeiend assortiment, nieuwe landen, hogere volumes.

Toch nemen veel e-commerce bedrijven hun logistieke strategie zelden opnieuw onder de loep. Zonde, want kleine inefficiënties kunnen jarenlang ongemerkt doorwerken in je verzendkosten. Plan daarom elk jaar 1 vast moment in. Januari is ideaal: de drukte van de feestdagen ligt achter je en vervoerders hebben hun nieuwe tarieven en voorwaarden gepubliceerd. Het hoeft geen groot project te zijn. Met de juiste data heb je vaak in één middag al veel inzicht.

Gebruik deze checklist:



Over MyParcel.

MyParcel is hét verzendplatform voor e-commerce ondernemers. Met een netwerk van 40.000+ webshops weten we exact welke verzenduitdagingen ondernemers afremmen en hoe je ze omzet in groei.

Wat wij bieden.

- Verzenden via PostNL, DHL, DPD en UPS vanuit één platform
- Automatische orderimport en labelprinten
- Slimme verzendregels en analysetools
- Branded Track & Trace en retourportaal





Klaar om Out-of-Home in te zetten?

Start direct met een gratis account. Kijk op **myparcel.nl**.

Support nodig?
We zijn 6 dagen per week bereikbaar!

Whatsapp ons.
+31 6 10 29 01 56

Bel ons.
023 303 03 15

E-mail ons.
info@myparcel.nl



