WEBWINKEL VAKDAGEN

# WAAROM DROP SHIPPING?!

# INTRODUCTIE

*Drop shipping is geen noviteit, maar het direct leveren aan klanten is wel sterk in opkomst. Toch, het is niet iedereen bekend. Dus, wat houdt drop shipping in? Waarom zou een onderneming ervoor moeten kiezen en waarop moet een toekomstige drop shipper letten? Welke rol speelt Amazon en hoe gaan groothandels ermee om? Het is een handvol vragen die gerechtvaardigd zijn, want er is nog veel onduidelijk over drop shipping.*

## Strategische keuze

Voor drop shipping entrepreneurs liggen er hele grote kansen op een mooie omzet en eventueel zelfs winst. Soms is het de enige manier om zichtbaar te zijn, in het geval een grote e-commerce speler alle aandacht en macht naar zich toetrekt. Meestal is het een strategische keuze om meer te verkopen dan het huidige assortiment en slim gebruik te maken van de kansen die andere partijen in de keten bieden. Drop shipping zomaar implementeren is niet de mindset die leidt tot succes. Strategisch denken gaat vooraf aan commerciële groei.

## Kansen en uitdagingen

In deze whitepaper komen antwoorden langs op de belangrijkste vragen die ondernemers hebben bij drop shipping. We benoemen kansen en uitdagingen en gaan vooral in op de aspecten die belangrijk zijn binnen een drop shipping omgeving waarin ketenpartners met elkaar zaken moeten doen en informatie dienen uit te wisselen.


© OGZ • december 2017

# DE OPKOMST VAN DROP SHIPPING

Het onderwerp drop shipping zal de aandacht van de consument niet trekken, maar voor veel partijen in de huidige webwinkelketen is het wel degelijk een hot topic. Sterker, drop shipping is echt een van de absolute trends in e-commerce. Nieuw is drop shippen niet, maar doordat steeds meer bedrijven erop overstappen, leidt het tot veranderingen in de supply chain.

In de basis spelen twee onderwerpen een belangrijke rol: de wens om klantenservice te verbeteren en de verkopen een boost te geven. Tot zover lijkt het een relatief simpele trend, maar achter de schermen hebben bedrijven te maken met ingewikkelde en bestaande netwerken, aan elkaar geknoopte IT-systemen en bedrijfsprocessen. Overstappen op drop shipping betekent dat zakenrelaties veranderen of dat nieuwe relaties ontstaan, met per contact en soms per productgroep of product andere voorwaarden.

## Hoe het werkt

Een consument bestelt bij een webshop een item. De ondernemer achter de webshop bestelt vervolgens de artikelen bij de drop shipmentleverancier, die deze producten naar de eindklant verstuurt. De webshop krijgt de rekening van de drop shipmentleverancier voor het geleverde item. Dus, samengevat: als een retailer of een distributeur een door een consument gekocht items direct naar deze klant toestuurt is sprake van drop shipping. De voorraad waar deze items uit worden gepickt en verzonden, ligt bij leveranciers en overige partijen in de logistieke keten.

Drop shipping haalt in veel gevallen een schakel uit de keten, of reduceert in elk geval een plek waar een handeling plaatsvindt die is gerelateerd aan het product. De retailer of de distributeur ontvangt het product niet en voert er geen handelingen mee uit. Het zijn retailers en distributeurs die drop shipping hebben geinitieerd. Inmiddels zijn er legio partijen die dankzij de technologische vooruitgang via hun eigen platform en op basis van plugins artikelen verkopen van allerlei derde partijen. Het toevoegen van nieuwe verkoopkanalen / producten is in theorie (en soms ook technologisch) erg eenvoudig.

## Kansen en gevaren

Drop shipping biedt voor sommige bedrijven grote kansen, maar voor een aantal bedrijven ook gevaren. Tot de profiterende partijen behoren de verladers (producenten), retailers en distributeurs. De bedrijven die moeten uitkijken bevinden zich voornamelijk in de groothandelssector. Met drop shipping of verkopen via het internet in het algemeen is niet eenvoudig geld te verdienen. Volumes dan wel marges bepalen de mate van succes en die twee factoren komen zelden samen.

## Waarom een verlader kiest voor drop shipping

Een van de meest duidelijke veranderingen die zich de laatste jaren heeft voorgedaan is dat producenten / retailers eigen webshops en winkels zijn gestart. Waar bijvoorbeeld sport- en lifestyleonderneming Adidas eerder in de schappen lag bij derde partijen, zoals een V&D en De Beijenkorf, beschikt het nu over 'eigen' winkels en een website / webshop. Daarmee kan het bedrijf zijn eigen producten direct verkopen aan klanten. Het belangrijkste gevoelsmatige voordeel dat het bedrijf daarmee heeft is dat het directer in contact staat met consumenten dan in het verleden. En klantcontact is goud waard in een tijd waarin dit invloed geeft op het verbeteren van de klanttevredenheid. Let wel: een hogere klanttevredenheid bereiken is alleen mogelijk als alle stappen juist zijn, iets wat niet heel eenvoudig voor elkaar te krijgen is.

© OGZ • december 2017

# DROP SHIPPING:
# DE BELANGRIJKSTE ZAKELIJKE KANSEN

## 1. Stimuleren verkoop en klanttevredenheid

Een hogere klanttevredenheid kan leiden tot meer sales. Retailers en distributeurs kunnen kiezen voor drop shipping omdat ze hiermee hun verkoop kunnen stimuleren, zonder dat ze hiervoor hele grote investeringen hoeven te doen. Als retailers en distributeurs op hun webshop ook artikelen laten zien uit de voorraad van toeleveranciers, dan is de kans groter dat shoppers het product van hun voorkeur vinden. Drop shipping vergroot zogezegd de aankoopmogelijkheden voor klanten, wat kan leiden tot een hogere klanttevredenheid. Eventueel ook kan het de merkwaarde van een bedrijf vergroten. Drop shipping kan ook resulteren in een kortere levertijd, de zending gaat immers direct vanaf de opslaglocatie naar de eindklant. Deze kortere levertijd kan een positief effect hebben op de klanttevredenheid.

## 2. Toegang tot meer producten bij beperkte financiële risico's

De eventuele voordelen van drop shipping zijn niet alleen te vinden in de commerciële- en klanttevredenheidssferen. De financiële kant van de trend kan ook prettig uitwerken en de logistieke tak van de onderneming krijgt niet al teveel extra werk die het moet verzetten. Wat wel blijft of zelfs toeneemt is de logistieke complexiteit in de vorm van de planning en de monitoring van het voorraadbeheer en de goederenbewegingen binnen de supply chain. Een positief financieel effect kan zijn dat retailers en distributeurs meer producten kunnen aanbieden in een webshop, zonder dat ze deze items dienen in te kopen, opslaan en verzenden. Het is ook mogelijk om nieuwe producten te testen of nieuwe markten te bedienen zonder al teveel financiële of logistieke effecten. Het zijn vooral de kleinere- en middelgrote bedrijven die om deze redenen kunnen profiteren van drop shipping. Deze ondernemingen missen vaak de financiële armslag waarover grotere bedrijven wel beschikken.

## Aandachtspunten

### Techniek als drempel

Drop shipping wint absoluut aan populariteit, maar er zijn ook goede redenen waarom niet nog meer bedrijven deze trend omarmen. Eén van de belangrijkste redenen waarom het overgrote deel van de retailers, distributeurs en feitelijk omnichannelbedrijven nog niet op de trend is overgestapt is omdat de technologie nog te beperkend was. Dat lag overigens niet zozeer aan de technologieplatformen zelf, maar aan de keuzes die de potentiële gebruikers ervan zelf maakten. Drop shipping vereist een heel helder en real-time beeld van wat er in de logistieke keten gebeurt. Wat er waar in de keten beschikbaar is, op voorraad ligt, hoeveel tijd het kost om een item te picken en verzenden en hoe dit administratief af te handelen (bijhouden van voorraad na de verkoop van een item en de financiële afhandeling) moet klip en klaar zijn. Is deze info immers niet correct, dan laat de consument zijn of haar ontevredenheid zien in de vorm van een negatieve review. Achter de schermen zijn er voor deze data-uitwisseling koppelingen nodig. Van Electronic Data Interchange (EDI) voor grotere volumes tot interfaces tussen Enterprise Resource Planning software, Warehouse Management Systemen (WMS) en Transport Management Systemen (TMS). En aanvullend het gebruik van cloudgebaseerde data-uitwisselingsplatformen indien EDI of standaard interfaces te duur zijn.


© OGZ • december 2017

## Monitoren van prestaties

Aan succesvolle drop shipping gaan goede afspraken vooraf. Ook hierbij speelt IT een grote rol. Het vastleggen en monitoren van de prestaties van de ene naar de andere ketenpartner en tussen handelspartners is van groot belang. Verloopt dit soepel, dan ontstaat er de kans om te gaan managen op basis van uitzonderingen. Ofwel: een deel van de handelingen is te automatiseren, iets wat tijd bespaart. Het automatiseren van de voorraadwisselingen en voorraadbeschikbaarheid is één van de belangrijkste aspecten bij drop shipping. De gedachte dat de webshop geen voorraadhoogte of wisselingen hoeft bij te houden, een veel voorkomend idee bij startende webshops die werken op basis van drop shipping, is zodoende onjuist. Real-time voorraadinzicht is een noodzaak. Hiermee voorkom je dat een klant een bestelling plaatst die je later moet terugdraaien omdat het product niet op voorraad is. Van je leverancier verlangen dat deze zijn voorraadpositie verhoogt omdat jij als webshop altijd over voldoende producten kunt beschikken, is evenmin de bedoeling. Hiermee nemen de kosten in de keten toe en uiteindelijk komen die ook bij een webshop terecht.

### Verpakkingen

Een heel andere uitdaging is die van de verpakkingen. Deze uitdaging heeft een marketinginsteek. Wat is het geval? Klanten kunnen zich afvragen hoe het zit met de afkomst van een product als de ene verpakking afwijkt van de andere. De verzendlocatie kan immers wisselen. Ook kan er sprake zijn van het niet consequent herpakken van producten in omdozen met eenzelfde print of logo. Maakt u als retailer of distributeur gebruik van drop shipping partners, dan is het misschien geen gek idee om deze partner wat verpakkingsmateriaal toe te stoppen. afleverwijze economisch verantwoord te maken. Los daarvan is dit natuurlijk wel een enorme marketingkans.

## Noodzakelijk: correcte data

Drop shipping biedt vooral kleinere en middelgrote webshops voordelen. Toch geldt voor alle op deze manier opererende bedrijven dat de productgegevens, de leverinfo en de retourmogelijkheden, zoals ze in de webshop zichtbaar zijn moeten kloppen. In eerste instantie zal de nadruk moeten liggen op het bijwerken van ontbrekende gegevens. Is de foto juist, zijn de afmetingen correct? En geeft het systeem aan of er gegevens ontbreken? Juist omdat er meer items in de webshop staan zal er meer werk gaan zitten in het bijhouden van alle data horend bij deze producten. Zijn alle gegevens juist, dan wekt dit vertrouwen, mist er data, dan heeft dit uiteraard het omgekeerde effect.

## Uitdaging: nadenken over het waarom

Denk na over het waarom van drop shippen. Het lijkt verleidelijk om een hele rits producten aan een webshop toe te voegen, maar welke argumenten zijn er voor deze uitbreiding? Past het bij de focus van de webshop? Maakt het de website onderscheidend ten opzichte van de concurrentie? Zijn het items die zorgen voor een verbetering van de klanttevredenheid (omdat ze uniek zijn en u een goede relatie heeft met de leverancier?)? Denk bij elke stap na waarom u deze zet en ga na of de uitbreiding consequenties heeft voor de operationele, dan wel financiële kant van uw business. Neem ook mee welke consequenties er zijn, horend bij drop shipment, voor de relatie met uw ketenpartners. En denk aanvullend ook eens aan hoe u de producten kiest voor uw winkel en hoe u zich ervan verzekert dat ze aantrekkelijk zijn voor uw klanten. Daarnaast: hoe zorgt u ervoor dat de winst voor uw onderneming aantrekkelijk genoeg is. Profileert u zich met de items of draagt de verkoop direct bij aan het succces van uw onderneming. Neem dit laatste aspect mee, want slechts tien procent van alle webwinkels wereldwijd maakt winst.


© OGZ • december 2017

## Voorbeelden

### 1. inkopen

Misschien helpt het om enkele praktische voorbeelden te geven van waarom het verstandig is om eerst antwoord te krijgen op vragen voor u start met drop shippen. Het is niet vanzelfsprekend dat ondernemers die willen starten met drop shippen dezelfde groothandelsprijzen kunnen bedingen voor de producten die ze willen verkopen. Heeft een producent of groothandel de kans om ineens veel artikelen te verkopen, dan zijn ze eerder bereid om dit tegen een gunstige prijs te doen dan wanneer een kleine drop shipper enkele artikelen wil of denkt te kunnen verkopen. De distributeur draait op voor het meeste werk en wil dat terugzien in de verkoopprijs. Zodoende heeft de drop shipper de kans om het artikel tegen een hogere prijs te verkopen of genoegen te nemen met minder marge.

### 2. verzendkosten

Drop shippers maken meer dan gemiddeld gebruik van verschillende zendingen voor het verkopen van hun artikelen. Elke zending kost geld, dus is het van belang om bij het aanbieden van artikelen goed te kijken wat het totale transportdeel is van het te verkopen product. Koopt een klant drie verschillende producten via uw webshop, dan is de kans groot dat u drie keer de verzendkosten moet betalen. Wederom geldt: kiest u ervoor om een klant al deze verzendkosten te laten betalen of neemt u genoegen met een lagere marge.

### Amazon en VidaXL

Drop shipping heeft al een enorme vlucht genomen en het resultaat is dat sommige verkoopplatformen zo overheersend zijn dat veel partijen zich genoodzaakt voelen om erbij aan te sluiten. Amazon is daarvan uiteraard het bekendste voorbeeld. Een groot deel van de consumenten heeft de neiging om bij het kopen van artikelen de voorkeur te geven voor één platform waarop vrijwel alle producten te koop zijn. In de Verenigde Staten heeft dit al geresulteerd in een situatie waarin Amazon van alle online sales bijna de helft aan omzet binnenharkt. In Groot-Brittannië hebben Ebay en Amazon samen de online fashionmarkt voor 60 procent in handen. Drop shipping is, zo blijkt uit data van E-DSS.org, voor 27 procent van de retailers inmiddels de voornaamste wijze van order fulfilment.

### Plugins

Op kleinere schaal zijn ook bol.com en VidaXL gestart met drop shipping. Het openstellen van het eigen verkoopplatform aan webshops van derden, gebeurt via marketplaces. Vida Marketplace lanceerde bijvoorbeeld in het najaar van 2017 b2b.vidaXL.com. Achter de schermen helpen plugins en data-feeds de noodzakelijke data binnenhalen en in een webwinkel plaatsen. VidaXL zorgt volgens ecommercenews.nl voor het aspect klantenservice en is verantwoordelijk voor de verwerking van de retouren. Een drop shipper die koppelt met VidaXL en de beschikbare producten, kiest vervolgens welke artikelen in zijn webshop zichtbaar zijn. VidaXL verwerkt de orders die binnenkomen via de webshops van de drop shippers. Ecommercenews.nl schrijft dat het webplatform plugins beschikbaar heeft voor Magento 1 en 2 en voor Lightspeed. Ook is er een API beschikbaar. Het bedrijf groeit hard, maar over het succes van individuele drop shippers is weinig bekend.


© OGZ • december 2017

## Waarop scherp letten?

### Klanttevredenheid

Het succes van een webshop valt of staat met een goede klanttevredenheid. Bij drop shipping legt u een belangrijk deel van wat tot klanttevredenheid kan zorgen bij iemand anders neer: de maker en verzender van het item. Gaat er iets mis aan de kant van de leverancier, dan zal de klant u als verkooppunt aanspreken. Beperk de risico's door goede afspraken met leveranciers, inclusief bijbehorende IT-koppelingen die inzicht geven in voorraadposities en track & trace

### Ondersteuning klanten

Meer artikelen verkopen dan u zelf op voorraad hebt, betekent sowieso dat meer menselijke capaciteit nodig is voor het ondersteunen van klanten. Hoewel automatisering hierbij een rol kan spelen, moet u hiermee dus wel rekening houden.

### Retouren

Maak duidelijke afspraken over retouren. Wie handelt dit af, welke gegevens zijn hiervoor nodig? Waar moeten klanten deze naartoe sturen? Naar de leverancier als het product een reparatie nodig heeft, pakt u de reparatie zelf op? Laat u het artikel sowieso naar een leverancier sturen? Is het artikel na retourneren direct weer geschikt voor verkoop?

### Verzending

Wie maakt de afspraken over de verzending, wie sluit de contracten met pakketvervoerders? Bij drop shipping ligt de controle hierover meestal niet bij het verkoopplatform.


© OGZ • december 2017

# DE POSITIE VAN GROOTHANDELS

Het e-commerce tijdperk heeft een wereld aan producten blootgelegd waarop in het nabije verleden groothandels hun business baseerden. Groothandels golden als inkoper, voorraadpositie en verkoper aan een (in veel gevallen) selecte groep klanten. Met de opkomst van internet én e-commerce is de bestaande positie van een groot aantal groothandels aan het veranderen.

## *Excelleren*

De belangrijkste stappen die een groothandel kan zetten bij het niet inspelen op marktveranderingen, zijn: handmatige verwerking van orders, tegenhouden real-time voorraadinzicht, in stand houden van muurtjes tussen afdelingen, doorwerken met een versnipperd IT-landschap, onvoldoende investeren in klantenservice en negeren van ketentransparantie. Heel simpel gezegd zijn dit ook de aspecten waarop een groothandel kan excelleren, nog steeds en óók in het drop shipping tijdperk. Drop shipping services of een drop shipping platform aanbieden kan leiden tot groter te managen voorraden. Het managen hiervan moet uiteraard niet plaatsvinden met grote hoeveelheden mensen, dus is het van belang om in overleg te treden met klanten. Informatie die hierbij onmisbaar is, is die van de forecast van een leverancier. De keten is het best inzichtelijk te maken met goed op elkaar aansluitende IT-tools, zoals een ERP, WMS en eventueel voorraadoptimalisatiesoftware. Is de keten inzichtelijk, dan liggen er duidelijk nog kansen voor groothandels.

## *USP's*

Wat groothandels meer dan ooit moeten doen is overige ketenpartijen duidelijk maken waar hun toegevoegde waarde ligt. De belangrijkste unieke verkoopargumenten (USP's) zijn het geven van zekerheid over wanneer artikelen arriveren en dus te verkopen zijn en aanvullend voorraadaccuratesse en locatie. Het gesprek aangaan met deze ketenpartijen, die al drop shipping aanbieden of dit wensen te gaan doen, is een eerste stap. Reken uit hoe u als handelsonderneming effectiviteit of zekerheid kunt toevoegen aan de omnichannelervaring van een retailer. Vergroot eventueel ook uw pakket aan logistieke diensten. Een webshop, zeker een kleinere die groeiende is, is niet in staat om diverse werkzaamheden zoals het verpakken van artikelen uit te voeren of hierop voldoende controle te houden. in staat is tot het herkennen van de manier waarop mensen praten.

## *Locatie*

Tenslotte: ga indien mogelijk daar zitten waar u als groothandel in de keten toegevoegde waarde kunt bieden. Als u als 'third party' over een magazijn beschikt dat dichter bij de consument zit, dan is de kans aannemelijk dat retailers en distributeurs gebruik van uw magazijn willen maken.


© OGZ • december 2017

# CONCLUSIE

Drop shipping staat terecht in de spotlights. Het leuke aan de ontwikkeling is dat het kleinere en grotere webshops de kans biedt om meer artikelen aan te bieden dan ze zelf op voorraad hebben. Aanbieders van drop shipping platformen openen hun 'marketplace' steeds vaker met als doel hun business sneller te laten groeien.

Drop shipping is volgens E-DSS.org voor 27 procent van de retailers inmiddels de voornaamste wijze van order fulfilment. Aanbieders van drop shipping groeien als kool en nemen in sommige sectoren al een belangrijke hap uit de retailomzet. Amazon en Ebay zijn internationaal enkele aansprekende namen.

Het positieve gevoel overheerst bij drop shipping, maar de trend is er niet een waar ondernemers zich zonder strategie in moeten werpen. Dit geldt zeker voor webshops die hun productportfolio snel willen uitbreiden. Zeker, het kan lonend zijn om aanvullend aan eigen artikelen ook items van derden aan te bieden, maar achter de schermen verhoogt dit de complexiteit enorm. Immers, is real-time bij te houden wat de voorraadpositie is van een aanbieder? Is het totaal aan verzendkosten niet dermate hoog dat de marge teniet wordt gedaan? Zit er überhaupt nog marge op het product omdat de inkoopprijs hoger is dan gewenst?

Een aanzienlijk deel van de groothandels staat onder druk door een veranderende rol van retailers en distributeurs en de opkomst van het webwinkelen. Supply chains zijn voor de consument steeds transparanter en groothandels moeten op zoek naar de unieke verkoopargumenten waarmee ze zichzelf kunnen onderscheiden. Voorraadaccuratesse en locatie staan hierbij centraal.

Het belangrijkste aspect bij het omarmen van drop shipping is echter strategie. Die is pas te bepalen na het beantwoorden van een hele berg 'waarom-vragen'. Zoals, waarom zou u bepaalde producten willen toevoegen en waarom kiest u voor een bepaalde richting of het genoegen nemen met een lagere marge? Grijp kansen indien ze zich na goed denk- en rekenwerk aandienen, maar vermijd de gevaren die op de loer liggen.


© OGZ • december 2017