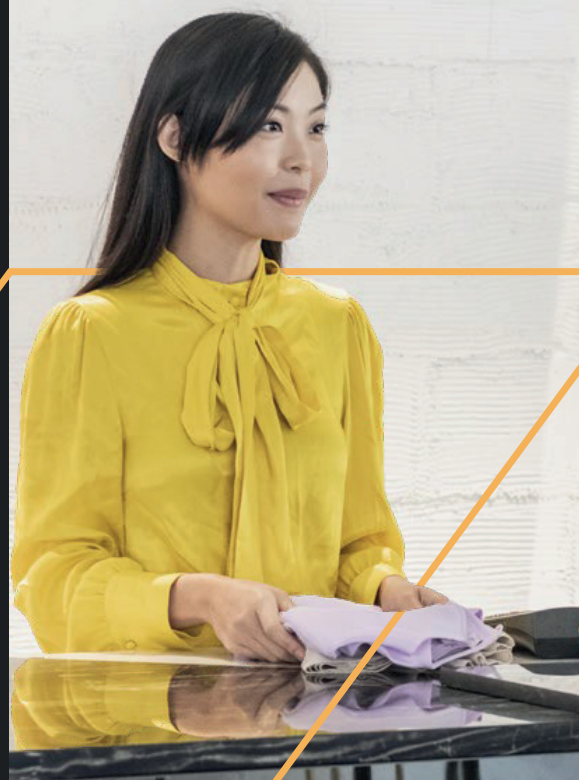


Retourenmanagement

Het middel voor het retourendilemma in retail

De toename van het aantal retourzendingen is een groot probleem voor retailers of een potentiële kans.



De afgelopen jaren hebben voor een enorme verschuiving in consumentengedrag gezorgd wat tot een toename in e-commerce-orders en retourzendingen heeft geleid. Deze toename, samen met hogere verwachtingen van de consument, maakt het noodzakelijk om retourenmanagement te optimaliseren.

Welke maatregelen kunnen bedrijven nemen om zowel efficiënt met retourzendingen om te gaan als hun kosten te minimaliseren?

1. Optimaliseer retourenmanagement

Optimaliseer voorraadplaatsing, voorkom cross-borderverzending, verhoog de doorverkoopcijfers van retouren en maximaliseer de marges.

2. Motiveer shoppers om naar de winkel terug te keren

Faciliteer buy-online-return-instore en buy-instore-return-online om processen na aankoop in een omnichannelervaring te transformeren.

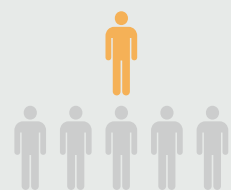
3. Uitzonderlijke klantenervaringen creëren

Zorg voor directe terugbetaling om meer tevreden klanten te genereren en merkloyaliteit te versterken.

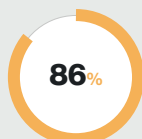
Dit biedt bedrijven een unieke kans om zich te onderscheiden door retourprocessen te optimaliseren en dit effectiever te beheren. Met de juiste technologie kunnen bedrijven naadloze ervaringen via verschillende kanalen bieden, kunnen merken zich van concurrenten onderscheiden, een concurrentievoordeel opbouwen en tegelijkertijd winst te verhogen.

Ga naar manh.nl/retouren en ontdek meer.

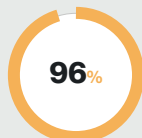
Retourprocessen kunnen loyaliteit maken of breken



1 op de 6 shoppers verlaat een merk na één negatieve ervaring³



86% van de shoppers verlaat een merk na twee slechte ervaringen³



96% van de shoppers keert terug naar een retailer die retouren vlot afhandelt⁴

Meer informatie:
manh.nl/retouren

