

04 Overig

Het resultaat van het Emerce 100-onderzoek is uitgesplitst in vier categorieën. Hieronder de negen toplistten die vallen onder de vierde en laatste categorie: **'Overig'**. De toplistten zelf zijn op alfabetische wijze gerangschikt. Bedrijven binnen een toplist staan op volgorde van behaalde score en zijn aansluitend ook alfabetisch geordend.

MARKETING & BUSINESS CONSULTANCY (N=12)

Accountants

BEDRIJF	SCORE
PwC	★★★★★★
Deloitte	★★★★★★
Ernst & Young	★★★★★★
KPMG	★★★★★★

Business consultants

BEDRIJF	SCORE
McKinsey	★★★★★★
Berenschot	★★★★★★
Boer & Croon	★★★★★★
The Boston Consulting Group	★★★★★★
Eiffel	★★★★★★

Business consulting

BEDRIJF	SCORE
Accenture	★★★★★★
Logica	★★★★★★

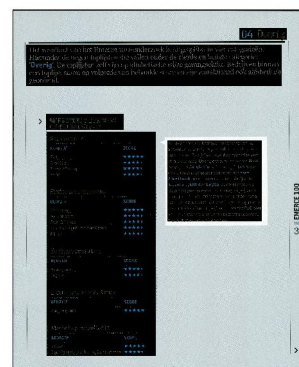
E-commerce consultants

BEDRIJF	SCORE
Jungle Minds	★★★★★★

Marketing consultants

BEDRIJF	SCORE
VODW	★★★★★★
Paul Postma Marketing Consultancy	★★★★★★

Bij deze categorie bedrijven onderscheiden we accountants, marketing consultants en business consultants. Ze zijn beoordeeld op expertise voor of in e-business. De enige e-commerceconsultant in de lijst is **Jungle Minds**. In het rijtje businessconsultants is de topper van vorig jaar **Booz Allen Hamilton** verdwenen, nieuw in de lijst zijn **Accenture**, **Eiffel** en **Logica**. De sterrenscores bleven dit jaar op een uitzondering na gelijk met vorig jaar. De marketingconsultants deden het allebei een stukje beter dit jaar. Gingen vorig jaar de accountants allemaal gelijk op, nu steekt **PwC** daar een halve ster bovenuit, dankzij betere scores op flexibiliteit en kennis/know-how.



OPLEIDINGEN & TRAININGEN (N=13)

BEDRIJF	SCORE
LECTRIC Groep	★★★★★
Nyenrode Business Universiteit	★★★★★
Beeckestijn Business School	★★★★★
Boertien Groep	★★★★★
Eduvision	★★★★★
GITP	★★★★★
NIMA	★★★★★
Rotterdam School of Management Erasmus University	★★★★★
Schouten & Nelissen	★★★★★
SRM	★★★★★
Hogeschool Utrecht	★★★★★
Lemniscaat	★★★★★
LOI	★★★★★
NCI	★★★★★
NCOI Opleidingsgroep	★★★★★
TiasNimbas Business School	★★★★★

Ten opzichte van de resultaten van vorig jaar is er één opleider uit de lijst verdwenen en zijn er vijf bij gekomen. Overall scoren de opleiders hoog met zes keer 4,5 sterren, acht keer 5 sterren en twee keer 5,5 sterren. **LECTRIC Groep** heeft zo positie behouden, **Nyenrode Business Universiteit** ging omhoog dankzij een eruit springende beoordeling op kennis/know-how. Geen enkele opleider is in het aantal sterren omlaag gegaan. Met name **LOI** wordt na **LECTRIC Groep** zeer positief beoordeeld op prijs-kwaliteit. **Schouten & Nelissen** is de aanvoerder van de lijst als het gaat om kennis/know-how.

De lijst paymentsystemen is aanzienlijk geslonken ten opzichte van vorig jaar. Met name de 4 en 4,5 sterren scorende bedrijven van toen zijn uit de lijst verdwenen. De betalingssystemen worden steeds verder ontwikkeld, waarbij betrouwbaarheid bijzonder belangrijk is. Het hoogst scoort **Adyen** daarop, gevolgd door **iDEAL** en **Buckaroo**. De complete lijst wordt aangevoerd door Adyen dat met 5,5 sterren op alle criteria als beste gewaardeerd wordt. **IDEAL**, topper van vorig jaar, heeft een halve ster moeten inleveren en wordt - na Adyen - slechts op flexibiliteit ingehaald door **Buckaroo**. **AfterPay** is nieuw in het overzicht en behaalde 4,5 sterren.

PAYMENT SYSTEMEN (N=12)

BEDRIJF	SCORE
Adyen	★★★★★
Buckaroo	★★★★★
Docdata Payments	★★★★★
iDEAL	★★★★★
MultiSafepay	★★★★★
Ogone	★★★★★
PayPal	★★★★★
AfterPay	★★★★★
Bibit Global Payment Services	★★★★★



TELECOM (N=15)

BEDRIJF	SCORE
Siemens	★★★★★★
Skype	★★★★★★
Vodafone	★★★★★★
Alcatel Lucent	★★★★★★
AT&T	★★★★★★
BT	★★★★★★
Hi	★★★★★★
KPN	★★★★★★
Nokia	★★★★★★
Telfort	★★★★★★
Ziggo	★★★★★★
BEN	★★★★★★
Tele2	★★★★★★
T-Mobile	★★★★★★
UPC	★★★★★★
Verizon	★★★★★★

Nokia, vorig jaar nog samen met **Siemens** en **Skype** op de eerste plaats met 5 sterren, verdwijnt uit de top. Diens plek wordt ingenomen door **Vodafone**.

Alcatel Lucent krijgt er een halve ster bij, evenals **UPC**. **Tele2** en **T-Mobile** leveren beiden een halve ster in. Naast alle oude bekenden is **Verizon** de enige nieuweling in de lijst. Skype wordt veruit het hoogst gewaardeerd voor de prijs-kwaliteit, en scoort ook goed op flexibiliteit. Wil je kennis/know-how en betrouwbaarheid, dan moet je bij een andere telecom-aanbieder zijn. Bij **KPN** bijvoorbeeld dat laag scoort op flexibiliteit en relatief hoog op betrouwbaarheid en kennis/know-how.

VERZENDEN & FULFILMENT (N=12)

BEDRIJF	SCORE
DHL	★★★★★★
Docdata	★★★★★★
PostNL	★★★★★★
Kiala	★★★★★★
Netwerk VSP	★★★★★★
Sandd	★★★★★★
Selektvracht	★★★★★★
TNT Express	★★★★★★
UPS Nederland	★★★★★★
Parcel International	★★★★★★

Het lijstje aanbieders van verzending en fulfilment is verdubbeld ten opzichte van vorig jaar. Drie van de tien spelers scoren 5 sterren, een flinke verbetering. Vorig jaar kwamen de scores niet hoger dan 4,5 sterren. **DHL**, **PostNL** en **Selektvracht** doen het beter, **Sandd** en **TNT Express** bleven gelijk. Nieuwe aanbieders in de lijst zijn **Docdata**, **Kiala**, **Netwerk VSP**, **UPS Nederland** en **Parcel International**. Opvallend is dat **Kiala** het best gewaardeerd wordt op prijs-kwaliteit, maar dat was met de meer gemiddelde scores op de overige criteria niet voldoende voor een hoger sterrenaantal.



Vooruitblik Retailers moeten hun verkooppunten meer inzetten als logistiek knooppunt in hun e-fulfilment. Dit biedt voordelen voor zowel de retailer als de consument.

DOOR **KAREL BRUCKMAN***

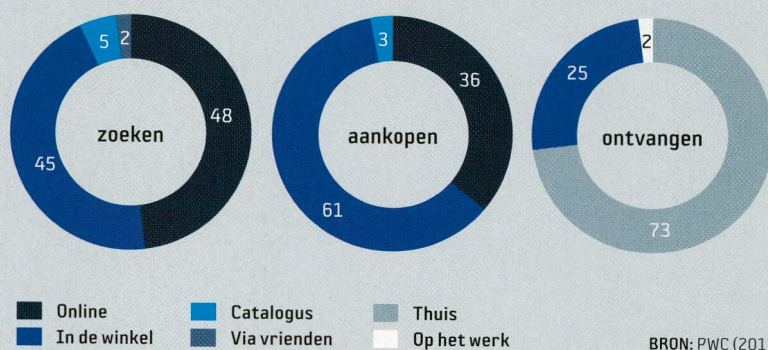
Fysieke winkel als logistiek knooppunt

Consumenten switchen bij het doen van aankopen volop tussen online en fysieke winkels, terwijl de meeste retailers online nog steeds als apart verkoopkanaal beschouwen. Hierdoor profiteren ze niet van de synergievoordelen die een cross-channelbenadering kan opleveren. Door bijvoorbeeld de uitlevering in winkels te intensiveren, kan aanzienlijk op verkoopkosten worden bespaard. Bovendien neemt een consument de stap van het online oriënteren naar de daadwerkelijke online transactie makkelijker als een product dezelfde dag nog in een winkel of bij een ander ophaalpunt kan worden opgehaald. Dit neemt natuurlijk niet weg dat de service om bestelde producten thuisgestuurd te krijgen ook moet blijven bestaan.

Het voordeel van uitlevering in een winkel of een ophaalpunt naar keuze, is dat consumenten niet meer thuis hoeven te blijven om op een besteld artikel te wachten. Zij kunnen met 'click and reserve' online artikelen bestellen en afhalen op een plek en tijdstip dat hen het beste uitkomt. Wel verwacht de klant dat het hele koopproces, inclusief de service, voor online en fysiek volledig geïntegreerd en transparant is. Klanten willen bijvoorbeeld online bestelde goederen niet alleen in de winkel ophalen, maar ook daar kunnen retourneren. Het retour gegeven geld wordt hierdoor mogelijk alsnog in de fysieke winkel besteed.

Hapsnap Dit alles vraagt wel om investeringen in de backoffice. Ook gaan de beheerskosten van winkels omhoog. Dit omdat zij snel moeten kunnen reageren op online bestellingen en zij zowel het afgeven als het retour nemen van online bestelde artikelen er als taak bij krijgen. Het welslagen van 'click and reserve' vraagt om de beschikbaarheid van geïntegreerde verkoopdata en volledige betrouwbaarheid van de voorraad

VOORKEUREN VAN NEDERLANDSE CONSUMENTEN VOOR VERSCHILLENDE KANALEN TIJDENS HET KOOPPROCES (ZOEKEN, AANKOPEN, ONTVANGEN).



van alle verkoopkanalen tezamen. Bij producten met een korte levenscyclus geeft een centraal voorraadstelsel bovendien de mogelijkheid om on- en offline flexibel te reageren op de vraag.

Door het combineren van de online- en winkelvoorraad wordt deze beter beheersbaar tegen lagere kosten. Tevens zijn de verkoopkansen van die voorraad groter, omdat zowel in de winkel als in de online shop minder vaak 'nee' hoeft worden verkocht. Deze voordelen, samen met de daling van de e-fulfilmentkosten, zullen uiteindelijk groter zijn dan de kosten die gemaakt moeten worden voor procesverbetering in de keten en de hogere beheerskosten van winkels.

Om kostenefficiënt te zijn, moeten retailers wel de backoffice goed regelen. Als je dit slechts hapsnap doet, kost het alleen maar geld en verhoogt dit juist de kans op ergernis bij de consument.

DOOR HET COMBINEREN VAN DE ONLINE- EN WINKELVOORRAAD WORDT DEZE BETER BEHEERSBAAR TEGEN LAGERE KOSTEN

* **Karel Bruckman** is Principle Manager Retail bij PwC Advisory

