

# HOE TEVREDEN ZIJN E-COMMERCE BEDRIJVEN MET HUN DIENSTVERLENERS?

## Service providers onder de loep

In Nederland gevestigde e-commerce bedrijven zijn meer tevreden over hun *logistics service provider* en *affiliatenetwerk*, dan over hun *payment service provider*. Daarnaast zijn ze aanzienlijk meer loyaal aan hun logistics service provider dan aan beide andere e-commerce dienstverleners. Dit blijkt uit onderzoek van de eCommerce Foundation en het Centre for Applied Research on Economics and Management van de Hogeschool van Amsterdam in samenwerking met onder andere Twinkle.

Tekst: Jesse Weltevreden en Jorij Abraham Beeld: Twinkle/BBP Media

Het gros van de e-commerce bedrijven maakt gebruik van diverse dienstverleners die (bepaalde delen van) onder meer de logistieke, verkoop- en marketingactiviteiten ondersteunen. Daarmee is ook het succes van e-commerce bedrijven mede afhankelijk van de kwaliteit van de diensten die zij van derden afnemen. De vraag rijst dan ook hoe tevreden e-commerce bedrijven eigenlijk zijn met hun dienstverleners. Om deze vraag te beantwoorden zijn in de periode april tot en met oktober 2012 een drietal internationale onderzoeken verricht waarin aan e-commerce bedrijven werd gevraagd naar de waardering van respectievelijk hun *affiliatenetwerk*, *logistics service provider* en *payment service provider*. In dit artikel worden de Nederlandse resultaten van deze onderzoeken gepresenteerd. In totaal hebben in de drie onderzoeken ruim driehonderd Nederlandse e-commerce bedrijven uit voornamelijk de retail, consumentendiensten en groothandel hun mening gegeven over deze dienstverleners.

### Ervaring

Gemiddeld vier op de tien e-commerce bedrijven maakt al meer dan drie jaar gebruik van hetzelfde *affiliatenetwerk*, dezelfde *logistics service provider* of *payment service provider*. Opvallend is dat er ook relatief veel (30 procent) e-commerce

**Vier op de tien maakt al meer dan drie jaar gebruik van dezelfde dienstverlener**

bedrijven zijn die korter dan een jaar klant zijn bij een bepaald *affiliatenetwerk* of *payment service provider*. Bij *logistics service providers* ligt dit percentage aanzienlijk lager; slechts 14 procent van de e-commerce bedrijven maakt korter dan een jaar van deze dienstverlener gebruik. Hierbij dient te worden opgemerkt dat aan het wisselen van een *logistics service provider* doorgaans meer kosten verbonden zijn dan aan het wisselen van een *affiliatenetwerk* of *payment service provider*. Dit verklaart mogelijk waarom e-commerce bedrijven gemiddeld al langer klant zijn bij hun *logistics service provider* dan bij de overige twee dienstverleners.

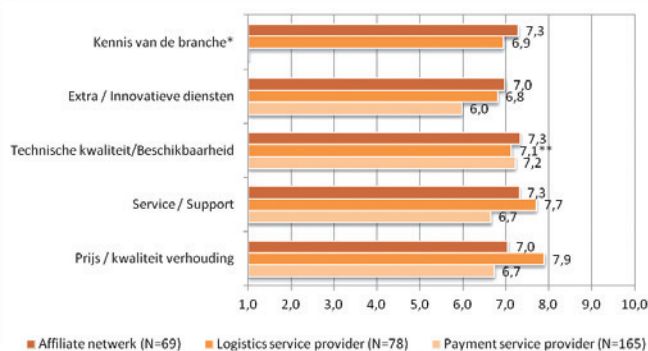
### Kosten

Door gebruik te maken van service providers worden e-commerce bedrijven ondersteund en ontzorgd, maar daar hangt natuurlijk wel een prijskaartje aan. Een kleine 40 procent van de e-commerce bedrijven die hebben meegedaan aan het Logistics Service Provider Onderzoek en ruim 70 procent van de deelnemers aan de Payment Service Provider Enquête heeft een indicatie gegeven van de kosten die deze dienstverleners rekenen. In het Affiliate Network Onderzoek is niet naar kosten gevraagd. De kosten die *payment service providers* voor hun diensten rekenen, bedragen gemiddeld circa 1,8 procent van de omzet van e-commerce bedrijven. Ook blijkt dat bedrijven die al drie jaar of langer klant zijn gemiddeld minder betalen in relatie tot

hun omzet (1,6 procent) dan bedrijven die korter dan drie maanden van een bepaalde payment service provider gebruikmaken (1,9 procent). Verder betalen e-commerce bedrijven gemiddeld 5,10 euro per bestelling en 3 euro per geretourneerde bestelling voor de dienstverlening van logistics service providers. Wegens de relatief kleine steekproefomvang en het gegeven dat de representativiteit van de onderzoeken niet goed kan worden vastgesteld, moeten deze resultaten met enige omzichtigheid worden geïnterpreteerd.

## Tevredenheid

Nederlandse e-commerce bedrijven geven hun dienstverleners op verschillende aspecten van de dienstverlening een (ruime) voldoende (zie figuur 1). Ze zijn het meest te spreken over de technische kwaliteit/beschikbaarheid, de service/support en de prijs-kwaliteitverhouding van de geboden dienst(en). Over de dienstverlening van payment service providers zijn zij het minst tevreden. Logistics service providers scoren bovengemiddeld op de aspecten prijs-kwaliteitverhouding en de service/support, terwijl affilatenetwerken relatief hoog scoren op kennis van de branches waarin hun klanten actief zijn. Verder blijkt uit de onderzoeken dat hoe langer e-commerce bedrijven klant zijn bij affilatenetwerken, logistics service providers en payment service providers, hoe meer tevreden zij (doorgaans) zijn over de verschillende aspecten van de dienstverlening.



Waardering van verschillende aspecten van affilatenetwerken, logistics service providers en payment service providers, 2012

\* Het aspect 'Kennis van de branche' is niet meegenomen in het Affiliate Netwerk Onderzoek  
 \*\* Bij logistics service providers wordt onder technische kwaliteit de kwaliteit van de IT-systemen verstaan

## Loyaliteit

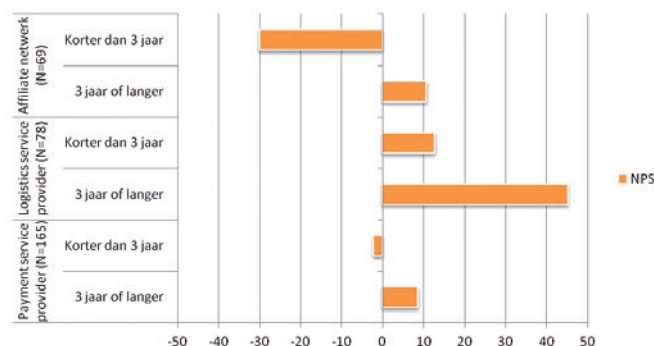
Nederlandse e-commerce bedrijven zijn grotendeels redelijk tevreden over de dienstverlening van hun service providers, maar zijn ze ook loyaal aan hun service providers? Anders gezegd, in hoeverre zijn e-commerce bedrijven genegen om hun

# Aan het wisselen van een logistics service provider zijn doorgaans meer kosten verbonden

service providers aan te bevelen bij anderen? De Net Promotor Score (NPS), een indicator voor klantenloyaliteit, komt voor de logistics service providers uit op +25,6, wat een hoge score voor e-commerce dienstverleners is. De NPS voor payment service providers is aanzienlijk lager (+2,0) en voor affilatenetwerken is deze zelfs negatief (-13,2). Dit houdt in dat er meer ondervraagde e-commerce bedrijven zijn die laatstgenoemde dienstverleners niet dan wel willen aanbevelen. Verder blijkt uit figuur 2 dat hoe langer bedrijven klant zijn bij een e-commerce dienstverlener, hoe loyaler ze zijn.

## Conclusie

Het succes van veel e-commerce bedrijven is mede afhankelijk van de kwaliteit van de dienstverlening van derden. Voor e-commerce bedrijven is het daarom van belang om van tijd tot tijd de dienstverlening van hun service provider(s) onder de loep te nemen en te benchmarken. Dit artikel probeert hieraan



Net Promotor Score (NPS) voor affilatenetwerken, logistics service providers en payment service providers naar aantal jaar klant, 2012

bij te dragen door drie typen service providers te vergelijken. De resultaten laten zien dat de tevredenheid en loyaliteit van e-commerce bedrijven niet alleen tussen typen service providers verschilt, maar ook tussen bedrijven die langer en korter gebruikmaken van een bepaalde dienstverlener. Van de drie typen dienstverleners zijn e-commerce bedrijven het minst tevreden over hun payment service provider. 

Jesse Weltevreden is lector Online Ondernemen aan de Hogeschool van Amsterdam en voorzitter van het Centre for Applied Research on Economics & Management (CAREM). Jorij Abraham is medeoprichter van de eCommerce Foundation, een non-profitorganisatie gericht op het helpen van bedrijven in het verbeteren van hun e-commerce activiteiten.