

# Optimalisatie retourenmanagement

## Optimalisatie van retourenmanagement om de winstgevendheid te verhogen en de klantervaring te verbeteren

De groei van e-commerce en de explosieve toename van retourzendingen hebben retailers enorm onder druk gezet. Het is essentieel geworden voor merken om de processen voor retourenmanagement beter te beheren om klanttevredenheid en -loyaliteit te garanderen, operationele kosten te verlagen en winstgevendheid te verhogen.

### De toename van retouren

Recente ontwikkelingen hebben tot een dramatische verschuiving in het consumentengedrag geleid, met een ongekennde toename in e-commercebestellingen en retourzendingen. Die groei, samen met de hogere verwachtingen van de klant, creëert een dringende behoefte om retourenmanagement effectiever te beheren. Bedrijven moeten maatregelen nemen om zowel efficiënt met retourzendingen om te gaan als hun kosten te minimaliseren. Het is essentieel om deze uitdagingen nu aan te pakken om de tevredenheid en loyaliteit van de klanten te garanderen, de operationele kosten te verlagen en de winstgevendheid te verhogen. Dat vereist het creëren van een gestroomlijnd en klantgericht proces voor retourenafhandeling.

### De kans om retourenmanagement te optimaliseren

De sterke toename van retourzendingen in retail biedt bedrijven een unieke kans om zich te onderscheiden door hun retourprocessen te optimaliseren. Met de juiste technologie kunnen bedrijven het winkelend publiek terug naar de winkel lokken, impactvolle klantervaringen leveren en een betere service en transparantie tijdens het hele retourproces bieden. Dit kan helpen om de operationele kosten te verlagen, de service te verbeteren en uiteindelijk de winstgevendheid verhogen. Door deze kans te benutten en naadloze ervaringen via verschillende kanalen aan te bieden, kunnen merken zich van concurrenten onderscheiden en een concurrentievoordeel opbouwen.



### RETOURENMANAGEMENT OPTIMALISEREN

Optimaliseer voorraadplaatsing, omzeil cross-borderverzending en verhoog de doorverkooppercentages voor retouren met intelligentie die de marges maximaliseert.

### SHOPPERS TERUG NAAR DE WINKEL KRIJGEN

Verkrijg out-of-the-boxondersteuning voor BORIS en BISRO om post-aankoopprocessen van klanten in een complete omnichannelervaring te transformeren.

### UITZONDERLIJKE KLANTERVARINGEN CREËREN

Zet directe terugbetaling in om meer tevreden kopers te genereren en merkloyaliteit te versterken, zonder extra risico.

## Manhattan Active® Omni: retouren goed afgehandeld

Manhattan Active Omni maakt gebruik van ordermanagement- en omnichanneltechnologie om retailers te helpen de post-purchaseprocessen van klanten te verbeteren. Het biedt een scala aan mogelijkheden die van klantenservice een merkdifferentiator maken, winkelinefficiënties verminderen en medewerkers in staat stellen meer tijd te besteden aan omzetgenererende taken.

**Expedited Refunds and Exchanges** verminderen de tijd drastisch die retailers nodig hebben om terugbetalingen en omruilingen te verwerken. Daardoor kunnen ze 3 tot 5 dagen eerder betalen, zonder risico. Chargebackfunctionaliteit bestaat om situaties te beperken waarin de klant niet het juiste artikel of de juiste hoeveelheden heeft geretourneerd of de staat van het geretourneerde artikel te wensen overlaat, waardoor kopers meer tevreden zijn en terugkomen, wat bijdraagt aan merkloyaliteit, zonder het risico.

**Self-Service Returns** vereenvoudigt doos- en printerloze retourzendingen en omruilingen via post-aankoopervaringen. De technologie stelt klanten in staat om retourzendingen te initiëren, artikelen te selecteren, dichtstbijzijnde winkels te bekijken en een streepjescode te ontvangen om aan winkelmedewerkers te laten zien, waardoor de transactietijden drastisch worden verkort. Met als resultaat dat retailers administratieve taken verminderen, merkloyaliteit stimuleren en klanten in staat stellen om zelf terugbetalingen/omruilingen digitaal te volgen.

**Omni Returns** vereenvoudigt “overall kopen en overall retourneren”-mogelijkheden. Online kopen, in de winkel retourneren (BORIS) en in de winkel kopen, online retourneren (BISRO) zijn standaard beschikbaar. Met als resultaat dat retailers besparen op verzend- en verwerkingskosten, shoppers stimuleren om naar de winkel te komen, het aantal doorverkochte retouren te verhogen en retouren omzetten in omruilingen.



**Return Routing Optimisation** bepaalt de optimale locatie voor retouren met geavanceerde algoritmen die factoren evalueren zoals assortiment, diepte van de voorraad, verkoopprijs, verzend- en verwerkingskosten, geografische nabijheid en meer. Dit helpt retailers om cross-borderverzending te omzeilen, verzendkosten en carbon footprint te verminderen, voorraadplaatsing optimaliseren, wachttijd voor terugbetaling verminderen en de doorverkooppercentages van retouren te verhogen.

**Automated Returns Resolution** elimineert handmatige, tijdrovende en foutgevoelige retourzendingen voor medewerkers. Verwerking door automatisch een label voor retourzending aan klanten aan te maken; vergelijken van verwachte retourartikelen met daadwerkelijk ontvangen artikelen om systematisch om te gaan met variaties; en het berekenen van retourcredit op basis van wat de klant oorspronkelijk betaalde, inclusief belastingen, toeslagen en kortingen. Het resultaat: retailers zullen kosten en fouten verminderen terwijl medewerkers voor belangrijkere taken kunnen worden ingezet.

Retouren zijn meer dan ooit een probleem voor retailers. Manhattan Active Omni biedt een uitgebreide lijst van functionaliteiten om retourprocessen te transformeren. Intelligentier, meer verbonden, meer geautomatiseerde retouren resulteren in hogere marges, hogere loyaliteit en een betere klantenservice. Door het optimaliseren van uw ervaringen, kunt u het verschil maken in retourenmanagement.

### Voor meer informatie

Voor meer informatie over Manhattans retourenmanagement neemt u contact op met uw Manhattan-vertegenwoordiger of ga naar [manh.nl/retouren](http://manh.nl/retouren).