

Retourenmanagement

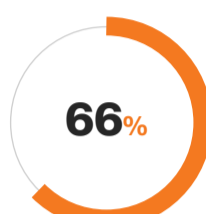
Het middel voor het retourendilemma in retail

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

Meer retouren betekenen lagere marges



16.5% van alle retailverkopen wordt teruggestuurd¹

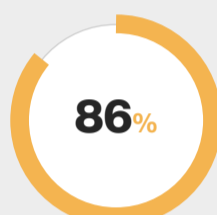


De gemiddelde kosten van een retourzending zijn tweederde van de kosten van het artikel²

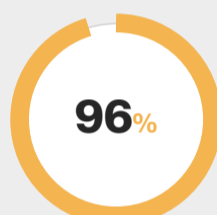
Retourprocessen kunnen loyaliteit maken of breken



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



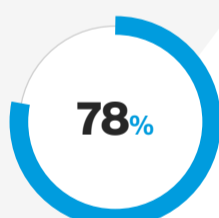
86% van de shoppers verlaat een merk na twee slechte ervaringen³



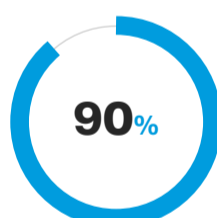
96% van de shoppers keert terug naar een retailer die retouren vlot afhandelt⁴

Optimalisatie van retouren verhoogt duurzaamheid en winstgevendheid

Efficiëntere operaties kosten ook minder



78% van de consumenten zegt waarde te hechten aan duurzaamheid⁵



90% van de broeikasgasemissies van retailers is afkomstig van hun supply chains⁶

Drie manieren om retouren radicaal aan te pakken



Optimaliseer de processen voor retourenmanagement



Breng shoppers terug naar de winkel



Uitzonderlijke klantervaringen leveren

Manhattan zet retouren om in kansen

Manhattan Active® Omni maakt gebruik van toonaangevende retourenmanagement en omnichanneltechnologie om kosten te besparen, klanten te binden en retouren te transformeren. Derden of integraties zijn niet vereist, verkoop, fulfilment, engagement en retouren werken allemaal naadloos samen.

[Bekijk hoe →](#)

¹ NRF: Rapporten voor consumentenretouren in de retailindustrie 2022

² CBRE: Het is het stressvolle seizoen voor retourzendingen van cadeaus

³ Emplifi: 11 belangrijke dingen die consumenten tegenwoordig verwachten van hun merkervaringen

⁴ Freight Waves: Retourzendingen via e-commerce: Geef de klanten wat ze willen

⁵ McKinsey: Consumenten vinden duurzaamheid belangrijk en laten dat zien met hun portemonnee

⁶ EPA Centrum voor bedrijfsklimaatleiderschap: Richtlijnen voor de supply chain