

Is een pakketpunt in je supermarkt wel zo'n goed idee?

Postpakketten laten afhalen is extra service voor je klanten, was altijd de argumentatie. Maar is dat zo? Eelco Hos ziet dat supermarktondernemers er geld op toeleggen.



Archieffoto: Bert Jansen

Het afgelopen jaar is de onlineverkoop geëxplodeerd. Er zijn meer pakketten dan ooit verstuurd en de pakketpunten kunnen de stroom soms niet aan. Dat geldt ook voor de pakketpunten bij supermarkten. Er is extra ruimte nodig om de pakjes netjes op te slaan en tijdens mijn winkelbezoeken zie ik regelmatig rijen in de winkel ontstaan bij de servicebalie. Het uitgeven of ontvangen van een pakket kost meer tijd dan je hoopt. De Brexit en de importheffing op buitenlandse pakketjes maakt het allemaal nog complexer en tijdrovender.

10 jaar geleden was het nog een goed idee om je aan te melden als pakketpunt. Het aantal pakketjes viel mee en de vergoeding hielp om de bezetting van de balie te betalen. En het bieden van service aan klanten voelt natuurlijk altijd goed.

Vorige week sprak ik een ondernemer die de niet te stoppen klantenstroom aan de balie meer dan zat was. Uit zijn berekening bleek dat hij iedere week €300 tekortkwam

Die situatie is afgelopen jaar totaal veranderd. Je moet tegenwoordig voorin je winkel veel ruimte reserveren voor de opslag van pakketten. Gedurende de dag moet je containers met retourneren en verzonden pakketten naar het magazijn brengen omdat het simpelweg niet past voorin de winkel. Daarnaast kost het pakketpunt nu zoveel tijd dat het op piekmomenten nodig is om extra medewerkers in te plannen op de balie. De vergoeding per pakket is helaas niet meegegroeid met de toename van de kosten en het ongemak. Ongemak bij het personeel maar ook bij je klanten. Het is niet fijn om met je boodschappen in rij te staan wachten achter een iemand die een pakketje komt halen.

De vergoeding aan de winkeliers dekt in geen geval de kosten. Vorige week sprak ik een ondernemer die de niet te stoppen klantenstroom aan de balie meer dan zat was. Uit zijn berekening bleek dat hij iedere week €300 tekortkwam. En dat waren alleen de loonkosten afgezet tegen de vergoeding. Gebruik van vierkante meters en inventaris had hij hierin niet meegenomen.

Maar al die pakketpunten in supermarkten zijn er toch met een goede reden zou je zeggen? Een veel gehoorde opmerking van ondernemers is dat ze hun klanten graag deze service willen bieden. Maar zijn klanten van een pakketpunt wel jouw klanten? Volgens mij zijn het klanten van PostNL en een aantal grote webwinkels. Ik zou als supermarktondernemer niet te veel tijd en energie steken in het helpen van reuzen als Amazon, AliExpress, Bol.com en Zalando. En ik zou er al helemaal geen eigen geld in steken.

Een andere reden om een pakketpunt te hebben is de aanname dat een pakketpunt extra traffic genereert en tot extra aankopen leidt. Als je een uurtje observeert in de winkel, dan zie je vrijwel alle pakketpuntklanten direct de winkel weer uitlopen. Allicht loopt er af en toe een pakketklant de winkel in. Maar dat kan net zo goed een vaste klant zijn.

Tot slot ben je misschien het laatste pakketpunt in een wijk of dorp. Het is natuurlijk zeer vervelend voor de inwoners als dat punt sluit. En dat voelt niet goed voor een ondernemer die betrokken is bij de buurt. Ik snap dat die ondernemers de druk voelen om het punt open te laten, ik vind het alleen wel onterecht dat deze druk bij de ondernemers ligt. En dat zij daardoor uiteindelijk opdraaien voor het ongemak en de kosten.

De innovatieprijs voor pakketpunten in Europa gaat wat mij betreft naar het Box-concept van Posti

Een (veel) hogere vergoeding en betere invulling lijkt me een goed idee. Of zoek digitale oplossingen, zoals de pakketrobot bij Jumbo en de pakketmuren die op steeds meer plekken worden geplaatst. De kleine lokale punten bij particulieren in de buurt vind ik ook een mooi initiatief.

De pakketpuntinnovatiehoofdprijs in Europa gaat wat mij betreft naar het [Box-concept van Posti](#) in Finland. Die hebben een servicepunt dat volledig is ingericht op onlinewinkelen. Met een paskamer, retourfaciliteiten en andere vormen van service die horen bij online shoppen. En je kunt er vast ook een heerlijke kop koffie krijgen en bijpraten met de burens.