



EFFECTIEVE GEDRAGSINTERVENTIES VOOR DUURZAME ONLINE BEZORGKEUZES

Resultaten van een praktijkonderzoek onder klanten van vier grote webshops

Koos Tamis (BIT IenW)

Stijn de Vries (BCG – D&B)

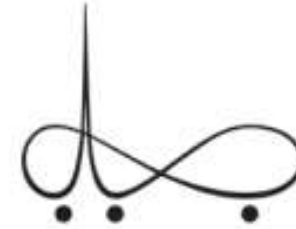
Dag van het Gedrag 09-11-2023



Rijkswaterstaat
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat



thuiswinkel
.org



Topsector
Logistiek

D&B

valantic

blokker.

hunkemöller

lobbes.nl

Prénatal 

INHOUD

1. Aanleiding
2. Pre-test logo
3. Onderzoeksopzet
4. Resultaten
5. Conclusie

A photograph of a male worker in a warehouse. He is wearing a blue cap, glasses, a blue t-shirt, and blue jeans. He is smiling and looking towards the camera while pushing a white pallet jack. On the pallet jack, there is a large cardboard box with a shipping label. The background shows stacks of other cardboard boxes in a warehouse setting. The image is dimly lit, with a dark overlay on the left side where the text is placed.

HOOFDSTUK 1: AANLEIDING

AANLEIDING

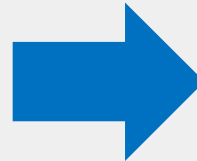
- Onderdeel van landelijke klimaatbeleid : verduurzaming van de e-commerce-sector
- Dagelijks laten webshops 2 miljoen pakketten vervoeren
- 85% thuisbezorging, meestal met dieselbussen
- E-commercesector zet stappen voor CO2-reductie:
 - tool Bewust Bezorgd
 - verpakkingen
 - stimuleren bezorging met elektrisch vervoer en bakfiets
 - slimmere logistieke planning

AANLEIDING

- Vanaf 2020 bij beleid, politiek en e-commercesector meer aandacht voor de invloed van webshopklanten.
- Door keuze voor bezorgoptie met lage CO2-uitstoot kunnen klanten bijdrage leveren aan verduurzaming van de e-commerce.
- Ophalen pakket bij pick-up point of in de stenen winkel van webshop als 'groen' alternatief voor thuisbezorging.
- Voorwaarde voor medewerking webshops: stimuleren van duurzame bezorgkeuzes mag geen commercieel nadeel opleveren (weglopen klanten en minder bestedingen).

VRAAG AAN BIT IENW: HOE KUNNEN WEBSHOPS HUN KLANTEN EFFECTIEF STIMULEREN TOT KEUZE VOOR DUURZAME BEZORGOPTIES?

Van: thuis laten bezorgen



Naar: ophalen bij pick-up
point of winkel van webshop



AANLEIDING

- Vooronderzoek 2021: online experiment
- Welke aanpassingen op een check-out pagina zorgen voor meer duurzame bezorgkeuzes?

AANLEIDING

- Welke aanpassingen op een check-out pagina zorgen voor meer duurzame bezorgkeuzes?
 - Controle (8%)
 - Informatie over CO₂-impact (16%)
 - Logo van een blaadje (16%)
 - Combinatie van een *default* + *logo* (29%)
- Maar, welke interventies zijn effectief in de praktijk?












HOOFDSTUK 2:
PRE-TEST LOGO

PRE-TEST VAN POTENTIEEL INZETBARE LOGO'S













- Idee om associatie d.m.v. logo's in te zetten als interventie
- Welk logo communiceert “een duurzame bezorgkeuze”?



UITKOMSTEN PRE-TEST

Top 3	1	2	3
Associaties			
Kenmerken			
Gedragintentie			

UITKOMSTEN PRE-TEST

Top 3	1	2	3
Associaties			
Kenmerken			
Gedragintentie			
Totaal			



HOOFDSTUK 3:
ONDERZOEKSOPZET
EN INTERVENTIES

TECHNIEKEN

- Literatuurstudie naar kansrijke gedragstechnieken
- Inzichten vooronderzoek
- Belangrijk: wensen webshops

SELECTIE VAN TECHNIEKEN

- Associaties (logo's)
- Informeren
- Default-optie
- Sociale bewijskracht

Baseline

0. Controleconditie

Enkelvoudige interventies

Techniek

Voorbeeld

1. Associaties (logo #1)



2. Associaties (logo #2)



3. Informeren

duurzaamste keuze!

4. Default



5. Sociale bewijskracht

vaak gekozen!

Meervoudige interventies

Techniek

Voorbeeld

6. Associaties (logo #1) + default



7. Associaties (logo #2) + default



8. Informeren + default



9. Associaties (logo #1) + informeren



10. Associaties (logo #2) + informeren



11. Sociale bewijskracht + default



INTERVENTIES

- Door combinaties 11 verschillende interventies

PROCEDURE

- Live experiment onder echte klanten van echte webshops
 - AB/test: 11 interventies en 1 controleconditie
 - Aanpassingen enkel op de check-out pagina
 - Zowel mobiel als desktop
-
- Bij vier webshops: ruim 35.000 aankooptransacties

blokker.

hunkemöller

lobbes.nl

Prénatal 

ONDERZOEKSVRAAG

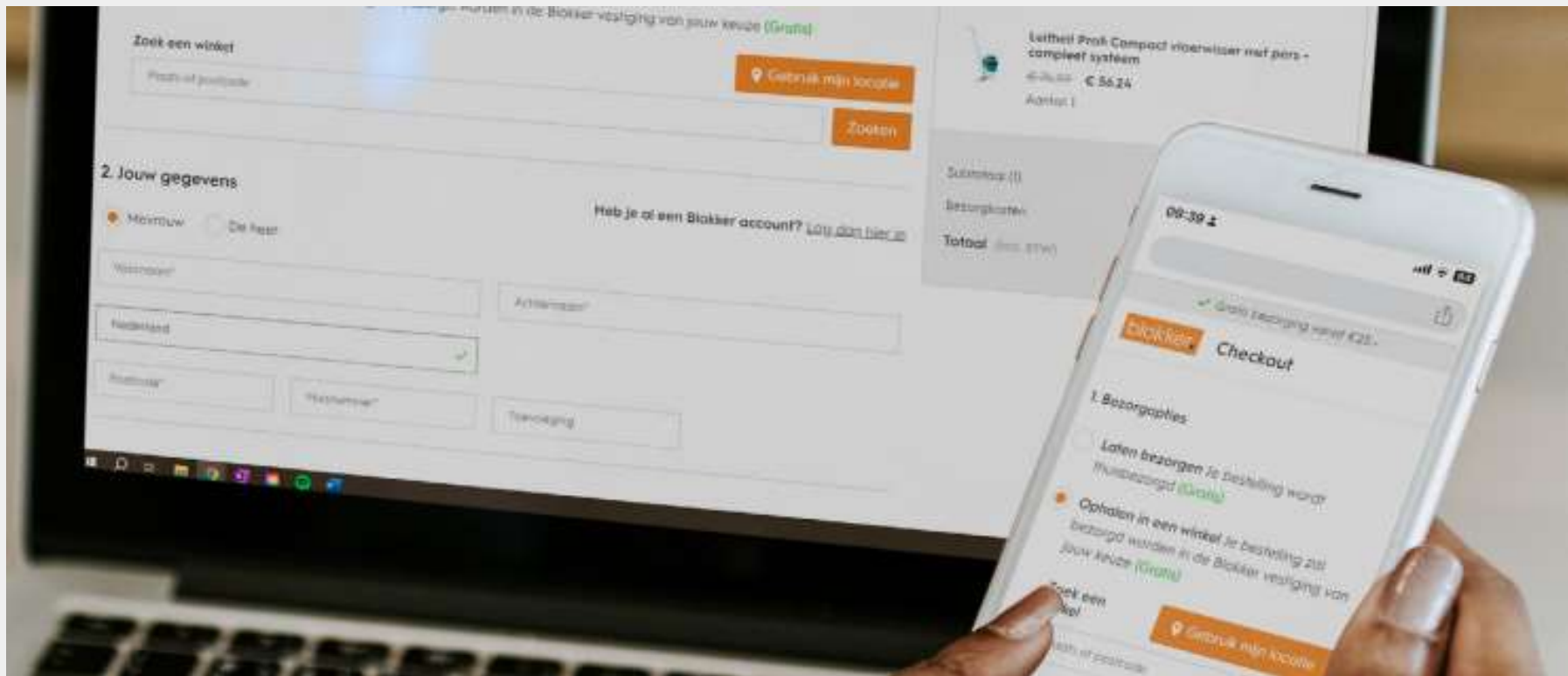
- **Welke interventies zijn effectief om klanten voor de duurzaamste bezorgoptie te laten kiezen?**
 - Geen negatief effect op conversieratio
 - Geen negatief effect op orderwaarde

A photograph of a warehouse or logistics center. In the foreground, a man in a dark blue cap and shirt is handling a cardboard box. In the background, another worker is visible, also handling a box. A large, semi-transparent white number '4' is overlaid on the right side of the image. The text 'HOOFDSTUK 4: RESULTATEN' is overlaid on the left side.

HOOFDSTUK 4: RESULTATEN

BLOKKER

THUISBEZORGING OF OPHALEN IN EEN VAN DE 400+ WINKELS





Het percentage Blokker klanten dat koos voor 'ophalen in een winkel' per conditie. (desktop)





Het percentage Blokker klanten dat koos voor 'ophalen in een winkel' per conditie (mobiel)



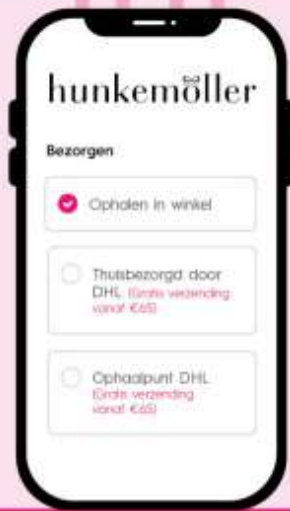
HUNKEMÖLLER





Percentage Hunkemöller klanten dat "Ophaalpunt DHL" koos per conditie (desktop)

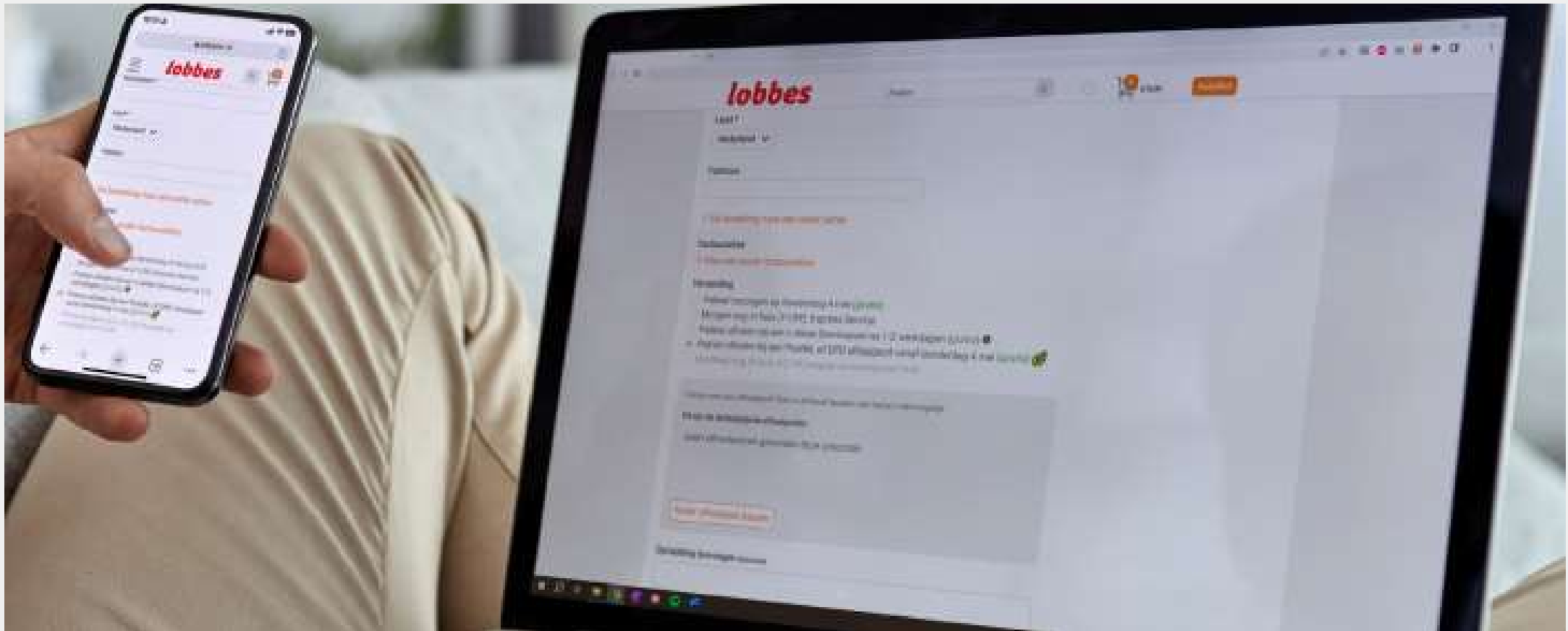




Percentage Hunkemöller klanten dat "Ophaalpunt DHL" koos per conditie (mobiel)



LOBBES



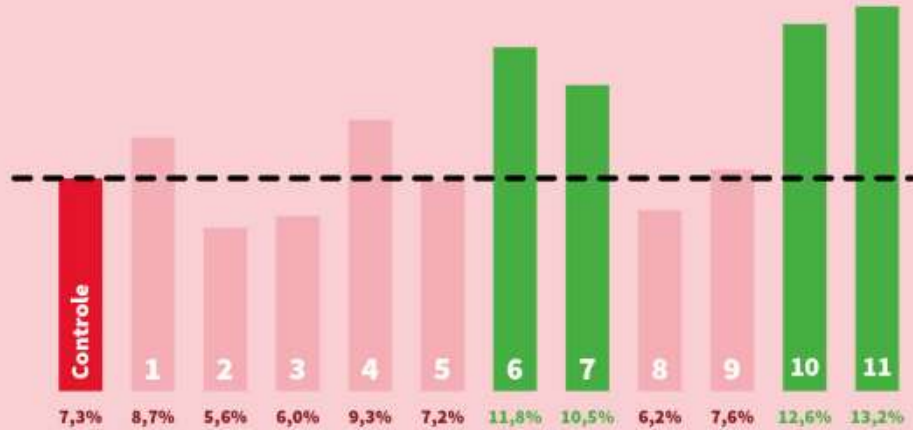


Percentage Lobbes klanten dat "afhalen bij een PostNL of DPD afhaalpunt" koos per conditie (desktop)





Percentage Lobbes klanten dat "afhalen bij een PostNL of DPD afhaalpunt" koos per conditie (mobiel)

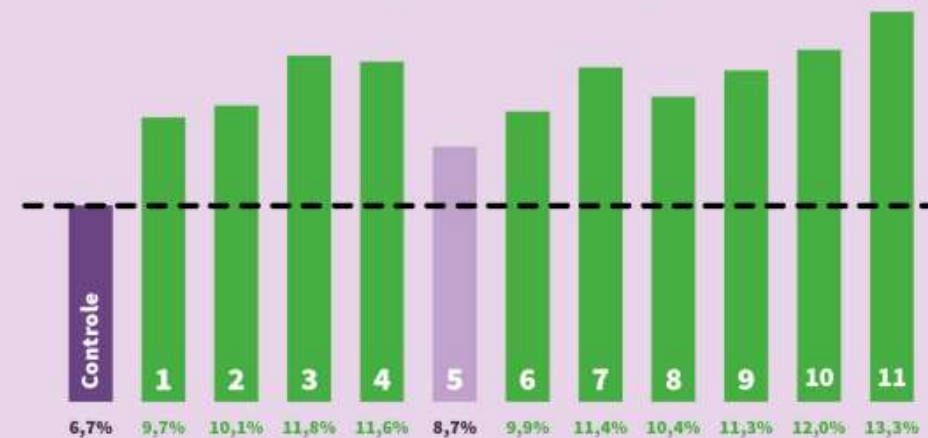


PRÉNATAL



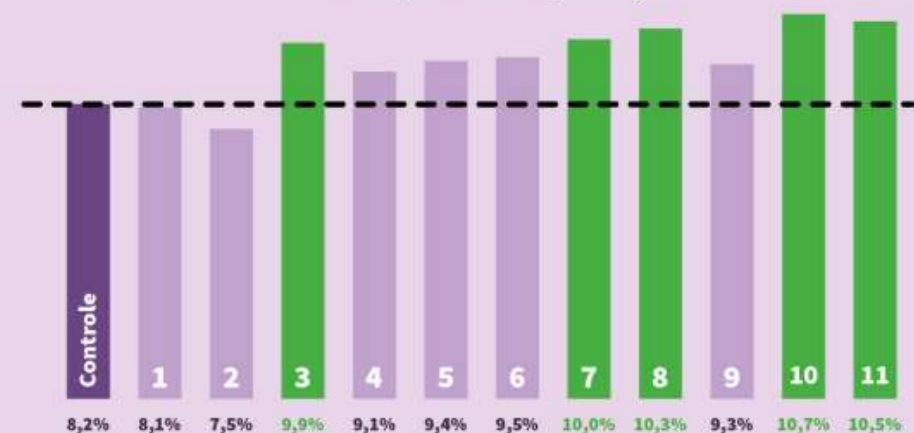


Percentage Prénatal klanten dat "afhalen bij PostNL punt" koos per conditie (desktop)





Percentage Prénatal klanten dat "afhalen bij PostNL punt" koos per conditie (mobiel)



The background image shows a person's hands using a blue stapler to staple a document. A large, semi-transparent number '5' is overlaid on the right side of the image. The text 'HOOFDSTUK 5: CONCLUSIES' is positioned on the left side of the image.

HOOFDSTUK 5: CONCLUSIES



BELANGRIJKSTE UITKOMSTEN

- Minimale veranderingen leiden tot grote gedragseffecten.
- Effecten zijn webshop-overstijgend.
- Effecten zijn device-overstijgend.
- Vrijwel geen effect op winkelgedrag.

BELANGRIJKSTE INZICHT

- Default is effectief, maar in combinatie met een andere interventie is er sprake van een optimalisatie-effect.
 - Het additieve effect is een mooie toevoeging aan wetenschappelijke literatuur.
- Verklaring ligt mogelijk in het pique-effect.

**EEN REDEN GEVEN BIJ DE DUURZAME
DEFAULT STIMULEERT KLANTEN OM EEN
DUURZAME BEZORGOPTIE TE KIEZEN**

HOE NU VERDER?

WELKE VRAGEN HEBBEN

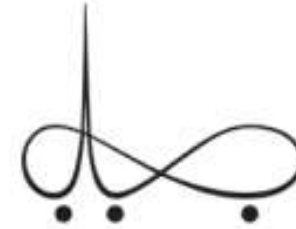
JULLIE?



Rijkswaterstaat
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat



thuiswinkel
.org



Topsector
Logistiek

D&B

valantic

blokker.

hunkemöller

lobbes.nl

Prénatal 