

INDI

INDI Scriptie

Een procesbeschrijving van
een nieuw circulair
duurzaamheidsconcept

5 juni 2023



**Hanzehogeschool
Groningen**
University of Applied Sciences

Titelpagina

Naam: Nick Borg
Studentnummer: #####
Opleiding: Bedrijfskunde in 3
Onderwijsinstelling: jaar
Hanzehogeschool Groningen
Stagebedrijf: INDI
Stageperiode: 13-02-2023 t/m 07-07-2023

Bedrijfsinformatie

Stagebegeleider: Sybrand Brouwer
Functie: Directeur
Email: sybrand.brouwer@indi.nl

Onderwijsinstelling

Stagedocent: Bas Baalmans
Email: #####

Hanzehogeschool Groningen

Zernikeplein 7
9747 AS Groningen
T: 050 595 55 55
<https://www.hanze.nl/nld>

INDI

Helperpark 274 - 5
9723 ZA Groningen
T: 088 066 6000
<https://www.indi.nl/nl-nl/>

Begrippenlijst

Publicatieproces	De manier waarop het online-platform kenbaar wordt gemaakt aan de bezoekers van INDI.nl.
Transactie proces	Het verloop en de manier waarop de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij plaatsvindt.
Logistiek proces	Het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen.
Duurzaamheidsconcept	Een online platform op INDI.nl waar klanten van INDI ongebruikte en overtollige technische onderdelen opnieuw kunnen aanbieden.
Technische onderdelen	Onderdelen op het gebied van hydrauliek, elektrotechniek, aandrijftechniek, pneumatiek, voertuigtechniek, water en reiniging, leidingen en fittingen, machinedelen, bevestigingsmateriaal en gereedschap.
Third-party	Een persoon of groep naast de twee personen die in de eerste plaats bij een situatie betrokken zijn, in het bijzonder een geschil.
Dropshipping	Dropshipping is een fulfillmentmethode voor webshops waarbij de online winkel de aangeboden producten niet zelf op voorraad heeft, maar rechtstreeks aan de klant geleverd worden vanuit de leverancier.
Prefix	Een woord, letter of cijfer dat voor een ander wordt geplaatst.

Lijst met figuren

Figuur 1.1: Organisatieschema (INDI, 2023)

Figuur 2.1: Lineaire- en recycle economie (Rijksoverheid, 2023)

Figuur 2.2: Recycle- en circulaire economie (Rijksoverheid, 2023)

Figuur 2.3: R-ladder met strategieën van circulariteit (RVO, 2023)

Figuur 2.4: Process Flow Chart symbolen (Techqualitypedia, 2022)

Figuur 2.5: Conceptueel model

Lijst met tabellen

Tabel 3.1: Operationalisatie schema

Tabel 3.2: Overzicht onderzoeksopzet

Tabel 4.1: Interview antwoordenmatrix

Tabel 4.2: Lijst met bedrijven die 'tweedekans'-producten aanbieden

Tabel 5.1: Opgesomd de opvallende kenmerken van de opnieuw aangeboden product pagina's per webshop.

Inhoudsopgave

Inleiding	6
1. Probleemanalyse	6
1.1 Organisatie- en context beschrijving	6
1.2 Probleemverkenning	8
1.3 Doelstelling	9
1.4 Vraagstelling	10
1.5 Afbakening	10
2. Theoretisch kader	11
2.1 Begripsomschrijving	11
2.1.1 Publicatieproces	11
2.1.2 Transactie proces	13
2.1.3 Logistiek proces	14
2.2 Theorieën en modellen	15
2.2.1 Circulaire economie	15
2.2.2 Process Flow Chart	19
2.3 Conceptueel model	20
3. Onderzoeksmethoden	21
3.1 Onderzoeksopzet	21
3.2 Onderzoekspopulatie	25
3.3 Operationalisatie	26
3.4 Analysemethoden	28
3.5 Betrouwbaarheid en validiteit	29
4. Resultaten	30
4.1 Interview resultaten	30
4.2 Resultaten overtollige onderdelen	33
4.3 Publicatieproces	35
4.3 Transactieproces	40
4.4 Logistiekproces	40
4.5 Wet- en regelgeving	41
5. Conclusies en aanbevelingen	43
6. Discussie	52
Literatuurlijst	53
Bijlagen	56
Bijlage 1: Interview Ronald Groot (MMG)	56
Bijlage 2: Interview René Driessen (VPG Scheepsservice BV)	61

Bijlage 3: Interview Gerrit van der Pol (Van der Pol)	69
Bijlage 4: Interview Roel Westerveen (Hydropower)	78
Bijlage 5: Interview Robin Hooymans (Hydrau)	89
Bijlage 6: Interview Patrick (Velis Scholten BV).....	97
Bijlage 7: Enquête Scriptie INDI	105

Inleiding

1. Probleemanalyse

In het hoofdstuk 'Probleemanalyse' komt de aanleiding en de reden van dit onderzoek naar voren. Allereerst wordt de organisatie beschreven samen met een contextbeschrijving, daaropvolgend zal de probleemverkenning voorbijkomen waaruit een probleemstelling en een doelstelling geformuleerd worden. Als laatste worden de hoofd- en deelvragen gemaakt uit de probleemstelling.

1.1 Organisatie- en context beschrijving

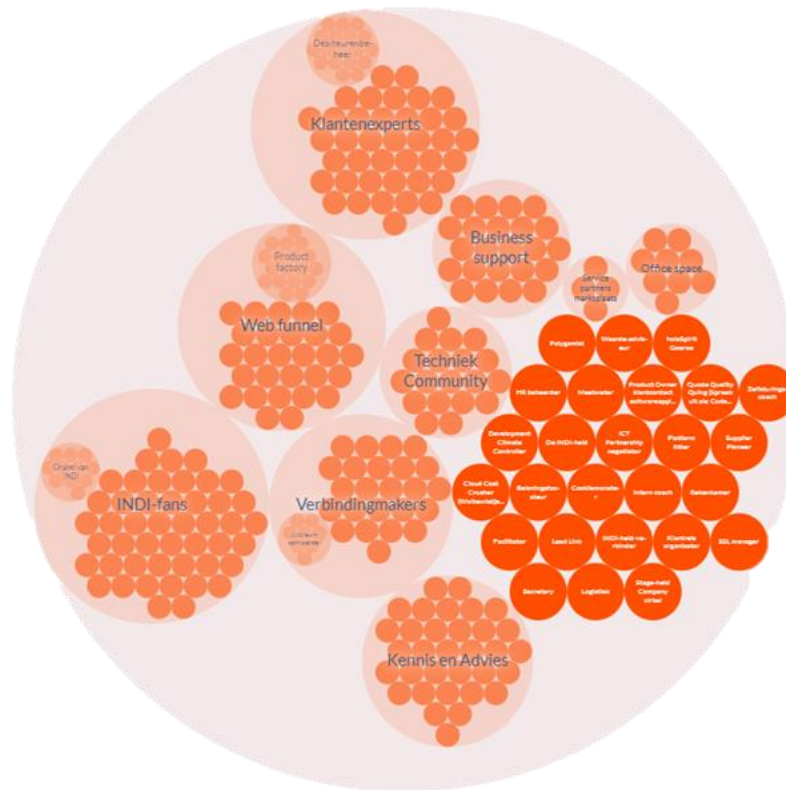
INDI is in 2012 opgericht uit het veel grotere Kramp. Kramp is een agrarische groothandel die onderdelen en apparatuur leveren aan de agrarische sector. Kramp heeft zich niet enkel gefocust op de agrarische sector, maar heeft ook lange tijd een industriële afdeling onder zich gehad. Hier verkocht Kramp onderdelen aan klanten in de industriële sector, denk aan de metaalindustrie. Echter deze afdeling binnen Kramp bleef achter doordat er weinig aandacht en tijd aan besteed werd. Vervolgens is besloten om deze divisie los te koppelen van Kramp en als op zich staande onderneming zijn weg te laten vervolgen.

INDI is een e-commerce bedrijf in technische onderdelen wat heel simpel betekent dat zij online technische onderdelen verkopen. Zo heeft INDI geen fysieke verkooppunten en is de webshop hét centrale verkoopplatform. Zo'n tien jaar geleden begon INDI als eigen onderneming waar zij uniek waren in het verkopen van technische onderdelen via een digitaal platform aan iedereen die deze technische onderdelen nodig hadden, dus niet enkel zakelijke klanten. INDI biedt ongeveer 450.000 producten aan via de webshop waar zo'n 150.000 actief van op voorraad zijn. Deze producten zijn onderdelen die te maken hebben met verschillende manieren van aandrijving zoals hydrauliek, pneumatiek, elektroaandrijving etc. INDI en Kramp zijn nog steeds verbonden met elkaar, zo besteed INDI het order- en leveringsproces uit aan Kramp.

INDI begeeft zich in de markt voor technische onderdelen zoals onderdelen op het gebied van hydrauliek, elektrotechniek, aandrijftechniek, pneumatiek, voertuigtechniek, water en reiniging, leidingen en fittingen, machinedelen, bevestigingsmateriaal en gereedschap (INDI, 2023). De markt voor technische onderdelen wordt door INDI grofweg geschat op zo'n vier miljard euro. INDI heeft in de markt van technische onderdelen een marktaandeel van 1%.

Verder heeft INDI zo'n vijfenveertig werknemers in dienst die zich bezighouden met verschillende onderdelen binnen het bedrijf; business support, klantenexperts, web funnel, kennis en advies etc. (Zie figuur 1). De organisatiestructuur binnen INDI is een platte decentrale structuur waarbij gebruik gemaakt wordt van zogeheten cirkels die binnen een traditionele hiërarchische organisatie afdelingen zouden vertegenwoordigen. De INDI-community is de allesomvattende cirkel waaronder alle andere cirkels vallen. Binnen deze cirkels kunnen nieuwe cirkels zijn of rollen, de vier rollen die altijd aanwezig zijn binnen elke cirkel zijn de: lead link, rep link, facilitator en secretary. De lead link is verantwoordelijk voor het toewijzen en afnemen van de rollen, het ontwikkelen van de strategie en het budgetbeheer. De rep link is de verbinding tussen de eigen cirkel naar de bovenliggende cirkel, deze persoon vertegenwoordigd de belangen van de cirkel aan de bovenliggende cirkel. De facilitator faciliteert de overleggen en is te zien als de voorzitter en de secretary plant de meetings en nodigt de cirkelleden uit voor deze meetings, legt de output vast van de meetings en als laatste doet uitspraak over de rolinterpretatie wanneer dit nodig is. De rep link, facilitator en de secretary worden middels verkiezingen verkozen, de lead link wordt door de bovenliggende cirkel verkozen. Verder zijn er overige rollen die door de cirkels zelf gecreëerd kunnen worden.

Door deze werkwijze heeft iedere werknemer een bepaalde vorm van verantwoordelijkheid die ervoor zorgt dat de werknemers zich meer betrokken voelt. Verder zorgt deze organisatiestructuur ervoor dat de besluitvorming drastisch minder tijd kost. Doordat minder mensen zich bemoeien met de keuze van een werknemer, worden deze keuzes sneller doorgevoerd.



Figuur 1.1: Organisatieschema (INDI, 2023)

Recentelijk is INDI een nieuwe weg in geslagen wat naast klanttevredenheid het bestaansrecht van INDI is. Zo omschrijft INDI het als volgt: 'al het technische talent in de wereld laten werken aan een toekomstbestendige samenleving', omdat INDI van mening is dat techniek een essentiële rol speelt bij het creëren van een toekomstbestendige samenleving. Dit wil INDI doen door technische kennis en onderdelen voor iedereen toegankelijk te maken. Techniek heeft niet altijd een positieve invloed gehad op hoe wij als samenleving met de aarde omgaan, stelt INDI, daarom vinden zij dat om het tij te keren, talent, techniek én natuur verbonden moeten worden. Techniek en natuur moeten mét elkaar werken in plaats van tegen elkaar.

Bij het nieuwe bestaansrecht van INDI behoren ook nieuwe subdoelen. Algemene duurzaamheidsdoelen om de purpose te dienen zijn nog niet concreet geformuleerd. (INDI, 2023)

Een belangrijke trend die op wereldwijd niveau zijn weg begint te vinden is de transitie naar een circulaire economie. Deze trend gaat invloed hebben op maatschappelijk niveau, recycling, en op de bedrijfsvoering van ondernemingen. In hoofdstuk 2.2.1 wordt hier dieper op ingegaan.

1.2 Probleemverkenning

In de organisatie- en context beschrijving is naar voren gekomen dat INDI de komende periode een nieuwe weg in gaat slaan met betrekking op maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Maatschappelijk verantwoord ondernemen houdt in dat organisaties zich niet enkel toespitsen op economische waarde creatie, maar het balanceren van ecologische en maatschappelijke waarde creatie met economische waarde creatie in afstemming met de stakeholders. Wellicht klinkt dit enigszins abstract, maar dit houdt simpel gezien in dat een onderneming zich bezighoudt met een positieve impact op het milieu, de mens en de winsten en daar een balans in zoekt (people, planet profit). (Duurzaam Ondernemen, z.d.)

Voorheen heeft INDI zich enkel gefocust op economische waarde creatie in de vorm van hogere omzetten, winsten en klanttevredenheid. Bij de nieuwe missie behoren ook nieuwe handelingswijzen vanuit INDI en de vraag is op welke manier. De core business van INDI is al te omschrijven als duurzaam aangezien INDI de levensduur van apparaten verlengt door kennis en onderdelen beschikbaar te stellen aan het publiek. In deze lijn heeft INDI oplossingen gezocht voor diverse niet duurzame problemen.

Zo heeft INDI geïdentificeerd dat er veel overvloedige niet gebruikte technische onderdelen bij klanten liggen. In een vorig onderzoek dat uitgevoerd is in opdracht van INDI is aangetoond dat dit komt door verouderde onderdelen, te groot ingekocht of een verkeerde bestelling (P.F.R ter Kuile, 2022). Op dit moment gaan deze producten verloren, omdat deze technische onderdelen, wanneer uit de verpakking gehaald, niet meer als nieuw verkocht mogen worden of klanten blijven zitten met onderdelen die zij niet meer kunnen gebruiken voor hun werkzaamheden. Vanuit de nieuwe missie van INDI, of duurzaamheidsoogpunt, is dit geen goede zaak en wordt het ervaren als een probleem. Klanten blijven vaak zitten met deze technische onderdelen omdat een geschikt doorverkoopplatform voor technische onderdelen nog altijd ontbreekt en retourneren niet mogelijk is omdat de originele verpakking ontbreekt of niet compleet is, bij nader inzien de op voorhand gekochte vervangingsonderdelen (na twee maanden) niet meer nodig zijn door de verkoop van machines bijvoorbeeld. (S. Brouwer, persoonlijke communicatie, 16-02-2023).

De omvang van producten die verloren gaan doordat deze producten niet verloren gaan is enorm. Directeur Circulaire Economie Stéphane Arditi, van het EEB, zei: "Dit schandaal kan niet op nationaal niveau worden opgelost, zolang producten geëxporteerd kunnen worden en elders worden vernietigd. De Commissie moet de vernietiging van onverkochte goederen op EU-niveau verbieden. We kunnen het ons niet veroorloven om perfecte producten verloren te laten gaan terwijl kostbare hulpbronnen worden uitgeput om nieuwe te maken".

Als alle vernietigde kleding en elektronica, in 2020 alleen, achter elkaar zouden worden gelegd, zouden ze anderhalf keer de omtrek van de aarde beslaan, Dit zou in 2030 kunnen oplopen tot zes keer de omtrek van de aarde, om een beeld te schetsen.

Uit voorspellingen blijkt dat de waarde van vernietigde elektronica en kleding in de EU tegen 2022, 21,74 miljard euro zal bedragen. Dit is meer dan het volledige bbp van Cyprus in 2020. Als er geen maatregelen worden genomen, kan dit oplopen tot 71,29 miljard euro in 2030, evenveel als de inkomsten van de hele Duitse e-commercemarkt in 2019 (EEB, 2021). Er kan dus gesteld worden dat het vernietigen van producten, die nog prima gebruikt kunnen worden, een enorm probleem is.

INDI wil dit probleem oplossen door een dergelijk online doorverkoop platform te ontwikkelen om klanten een manier te bieden om van deze producten af te komen en deze technische onderdelen opnieuw circulair te kunnen inzetten. In een voorgaand onderzoek waar dit onderzoek het vervolg op is, is onderzocht of er animo is voor zo'n online doorverkoop platform en of het haalbaar is. Uit dit voorgaande onderzoek is gebleken dat een groot deel (82% uit 22 zorgvuldig geselecteerde terugkerende klanten van INDI die aan alle onderzoek variabelen voldeden) van de terugkerende klanten van INDI een online doorverkoop platform voor

technische onderdelen wel ziet zitten (P.F.R ter Kuile, 2022). De voornaamste reden voor de klanten is vanuit een economische motivatie, dus om bijvoorbeeld verloren kosten te drukken. De motivatie voor dit initiatief vanuit INDI is puur en enkel het duurzaamheidsaspect, het maken van winst op dit concept is dus niet van toepassing.

Kannibalisme is een effect dat kan optreden door een dienst te leveren waarbij in dit geval klanten geen nieuwe producten meer bestellen, maar enkel (zoals Coolblue het omschrijft) ‘tweedekansjes’ waar bijvoorbeeld geen winst gemaakt wordt. Het Nederlands Woordenboek (2023) geeft de volgende definitie: ‘Introductie op de markt van een nieuw product, waardoor de afzet van een reeds bestaand soortgelijk product daalt. De directeur van INDI is niet bang voor kannibalisatie en beargumenteert dit als volgt: ‘Ik denk dat dit concept onze (INDI) positie en imago juist versterkt waardoor INDI een nog essentiëlere partner/leverancier wordt voor klanten. Daarnaast verhoogt het onderscheiden vermogen.’ (S. Brouwer, persoonlijke communicatie, 19-04-2023)

De insteek van dit onderzoek is een advies uitbrengen over de opzet van een online doorverkoop platform. Het eindresultaat is een totaalconcept waarin alle publicatie-, transactie- en logistieke processen zijn onderzocht en beschreven. Deze termen zullen in het theoretisch kader verder toegelicht worden.

De probleemstelling luidt als volgt:

Probleemstelling

Op dit moment liggen er veel producten van INDI bij klanten. Deze overtollige en ongebruikte technische onderdelen worden niet gebruikt en gaan op deze manier verloren. Dit is niet duurzaam en niet in lijn met de nieuwe missie. Momenteel heeft INDI geen systeem waardoor deze producten niet verloren gaan en opnieuw circulair aangeboden kunnen worden.

1.3 Doelstelling

In de probleemverkenning komt naar voren dat INDI nieuwe ambities heeft op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Verspilling is daarbij een voorbeeld wat niet past in de nieuwe ambities en komt naar voren als een probleem. Daarom luidt de doelstelling voor de organisatie als volgt:

“Om verspilling van reeds verbruikte grondstoffen en energie te voorkomen, wil INDI een nieuw aanvullend duurzaamheidsconcept waarbij overtollige en ongebruikte technische onderdelen, in bezit bij de klanten van INDI, opnieuw circulair worden aangeboden door de klanten via INDI.nl.”

De motivatie voor deze specifieke manier om te verduurzamen beschrijft de directeur als volgt: ‘De dienstverlening/concept van INDI is gebaseerd op het leveren van onderdelen in de vervangingsmarkt. Doordat dit veelal 1 op 1 vervanging is van onderdelen hebben wij als INDI heel beperkte invloed op de specificaties van de te vervangen onderdelen. Dus het inzetten van onderdelen met een duurzamer karakter is beperkt en kunnen wij als INDI hier maar beperkt duurzame impact genereren. Vandaar dat we gekeken hebben waar wij meer invloed op kunnen uitoefenen. Dat is verspilling van grondstoffen en energie die besteed is aan producten die niet worden gebruikt.’ (S. Brouwer, persoonlijke communicatie, 19-04-2023)

Om de doelstelling voor de organisatie te behalen is er ook een doelstelling voor het onderzoek specifiek. Deze luidt als volgt:

Het beschrijven van het publicatie-, transactie- en het logistieke proces van het duurzaamheidsconcept, waarbij overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten bij INDI opnieuw aangeboden worden, op de meest passende manier voor INDI.

1.4 Vraagstelling

Het probleem is vastgesteld en daar is een doelstelling aan gekoppeld. Uit de probleemstelling en de doelstelling is een hoofdvraag gerold die ondersteund wordt door deelvragen die opgedeeld zijn in drie onderdelen: het publicatieproces, het transactieproces en het logistieke proces. De hoofd- en deelvragen zijn als volgt geformuleerd:

Hoofdvraag

Hoe zien de publicatie-, transactie- en logistieke processen eruit voor INDI om een online-platform te realiseren die overtollige en ongebruikte technische onderdelen, in bezit bij de klanten van INDI, opnieuw circulair kunnen aanbieden via INDI.nl door de klanten?

Deelvragen

Om de hoofdvraag te beantwoorden zijn de volgende zes deelvragen opgesteld:

1. Wat gebeurt er op dit moment met de overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten van INDI?
2. Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden?
3. Hoe kan INDI de nieuwe doorverkoop mogelijkheid kenbaar maken op INDI.nl voor zowel aanbod- als vraagzijde op INDI.nl?
4. Hoe moet de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij verlopen op het nieuwe online-platform?
5. Hoe verloopt het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen en wat is de rol van INDI daarin?

1.5 Afbakening

Dit onderzoek zal plaatsvinden in een stageperiode van twintig weken, 13 februari tot en met 7 juli. Om het onderzoek relevant te houden en niet te breed te trekken is ervoor gekozen om specifieke betekenissen te geven aan de termen: publicatie-, transactie- en logistieke processen. De definities van deze termen zijn als volgt:

Publicatieproces: De manier waarop het online-platform kenbaar wordt gemaakt aan de bezoekers van INDI.nl.

Transactie proces: Het verloop en de manier waarop de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij plaatsvindt.

Logistiek proces: Het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen

2. Theoretisch kader

Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden?

In het theoretisch kader komen de relevante begrippen, definities, modellen en theorieën aan bod die betrekking hebben op het onderzoek naar een nieuw aanvullend duurzaamheidsconcept waarbij overtollige en ongebruikte technische onderdelen, in bezit bij de klanten van INDI, opnieuw circulair worden aangeboden door de klanten via INDI.nl. Eerst zullen begrippen zoals publicatieproces, transactie proces en logistiek proces beschreven worden. Vervolgens zal de circulaire economie theorie worden uitgelegd.

2.1 Begripsomschrijving

In deze paragraaf worden begrippen omschreven die belangrijk zijn voor het onderzoek. Bepaalde begrippen in dit onderzoek hebben een specifieke betekenis gekregen. De begrippen die worden beschreven zijn: publicatieproces, transactie proces en logistiek proces. Verder wordt er gekeken naar hoe erkende bedrijven het publicatieproces vorm hebben gegeven in een soortgelijk platform.

2.1.1 Publicatieproces

In dit onderzoek specifiek wordt onder 'publicatieproces' de manier waarop in dit geval een online-platform kenbaar wordt gemaakt aan de bezoekers van INDI.nl.

In een onderzoek naar een verbeterde manier om een product te presenteren op Marktplaats (2019) zijn verschillende theorieën naar voren gekomen. Dit onderzoek behoort tot de deelvraag 2: 'Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden? In dit onderzoek komen methodes naar voren waardoor Marktplaats (een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden) haar publicatieproces kan verbeteren aan de hand van een aantal modellen die wellicht ook handig zijn voor het online doorverkoopplatform van INDI.

Zo wordt het Mental Model beschreven. Dit houdt in dat wanneer een product afwezig is in de fysieke omgeving, evalueren mensen een product met behulp van visualisatie hoe een product er in een fysieke omgeving uit ziet en werkt. Een voorbeeld hiervan zijn de stoelinstellingen van een Mercedes (Afbeelding 2). Bij de stoelinstellingen van de Mercedes zijn de knoppen zo gepositioneerd dat puur door een visuele inspectie de functies van de knoppen te begrijpen zijn. Het gebruik van de knoppen wordt als eenvoudiger ervaren door middel van de positionering in de vorm van de stoel dan wanneer deze knoppen in een willekeurige positie zouden zijn geplaatst. Op deze manier zijn consumenten op emotioneel vlak sterker betrokken bij het product. Met betrekking op Marktplaats betekent dit dat de producten in een bijpassende omgeving gefotografeerd moeten zijn om mentale verbeelding over het gebruik van het product te stimuleren.



Afbeelding 1: Interactief ontwerp Mercedes stoelinstellingen (Mental Model Voorbeeld) (S. Benson, 2018)

Daarnaast speelt vividness van de informatie over een product een grote rol. Vividness is de mate waarin informatie onze aandacht trekt en vasthoudt en de verbeelding prikkelt waarbij het emotioneel interessant is voor ons, concreet is en beelden oproept. Beeldend beschrijven is dus onder andere cruciaal. Manieren waarop dit gedaan wordt is bijvoorbeeld door bij een productfoto, het product te presenteren met een object waarvan het formaat bekend is om op die manier de grootte van het product kenbaar te maken.

Ook zijn de motivatie en drijfveren van de in- en verkopers belangrijk in het bepalen van het publicatieproces. Individuele drijfveren voor inkopen en verkopen kunnen economisch, sociaal (vb. ontmoeten van mensen met dezelfde hobby's door de verkoop of koop van een product), duurzaam of emotioneel (beloning) gemotiveerd zijn.

Verskillende motivaties voor tweedehands inkopen en verkopen vragen om verschillende service-interacties. Het serviceontwerp van, in dit geval, Marktplaats moet rekening houden met de verschillende motivaties van kopers en verkopers. Zo kunnen verkopers en kopers met economische motieven tijd en moeite willen minimaliseren (laagdrempeligheid), terwijl de 'ervaringszoekers' (personen die op zoek zijn naar ervaringen in de vorm van vakanties, recreatie of entertainment) meer tijd vrijmaken voor het tot hen nemen van de symbolische informatie (informatie die ergens een symbool van is, vb. beschrijvingen, foto's etc.)

Als laatste, het aanvullen van informatie over de attributen van een product die niet-waarneembaar zijn, verhoogt de waargenomen informatie en vermindert het waargenomen risico (klanten komen niet voor verrassingen te staan). Om de mentale verbeelding kracht bij te geven als, in dit geval, Marktplaats zijnde is het belangrijk om de gebruiker te voorzien in de relevante, interne (werking van een product) en externe (beschadigingen) productinformatie. De volledigheid van de verstrekte informatie is van belang om een kloof tussen verwachtingen en werkelijkheid te voorkomen.

Opgesomd, belangrijke punten die beschreven worden in dit onderzoek om het publicatieproces van Marktplaats te verbeteren zijn het Mental Model, vividness, motivatie en drijfveren van zowel de verkopende als inkopende partij en de volledigheid van de informatie. De Mental Model beschrijft dat een product in een bijpassende omgeving geplaatst moet worden om de verbeelding van de inkopende partij meer te prikkelen.

Vividness geeft beeldende context rondom het product in de vorm van bijvoorbeeld het formaat.

De motivatie en drijfveren van de inkopende en verkopende partijen zijn van belang bij de presentatie van een product. Zo willen economisch gemotiveerde inkopende partijen snel kunnen afrekenen zonder veel moeite en verkopende partijen willen een product snel en zonder moeite kunnen aanbieden om deze snel te kunnen verkopen.

Als laatste, het voorzien van de aangeboden producten van volledige productinformatie om een kloof tussen verwachtingen en werkelijkheid te beperken.



Grafiek 2.1: Motivatie om van overtollige voorraad af te komen (P. Ter Kuile, 2022)

2.1.2 Transactie proces

Onder 'transactie' wordt volgens het Nederlands Woordenboek (z.d.), de zakelijke overeenkomst waarbij goederen en geld worden uitgewisseld verstaan.

In dit onderzoek wordt het begrip 'transactie proces' als volgt gedefinieerd: het verloop en de manier waarop de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij plaatsvindt.

In het geval van het nieuwe duurzaamheidsconcept zijn er drie partijen betrokken bij de transactie, de verkopende partij, de inkopende partij en in dit geval INDI. Dit wordt ook wel een 'Third-Party Transaction' genoemd. Een third-party transaction omvat een transactie waarbij er een partij betrokken is anders dan de noodzakelijke partijen (de koper en verkoper), deze partij wordt de third-party genoemd. De termijn van de betrokkenheid van de third-party kan variëren van een langdurige tot een kortstondige betrokkenheid. Zo maken vele webshops gebruik van een Third-Party Payment Provider. Dit is een systeem dat de online betaling op de webshop regelt. Daarnaast kan het ook een langdurige samenwerking met een vaste leverancier in een dropship constructie omvatten (definitie komt aan bod in '2.1.3 Logstiek proces'). Bij deze transacties is een andere partij betrokken dan enkel de verkopende en inkopende partij.

De rol van de third-party kan verschillen. Het kan gaan om het ontwerpen van de transactie in kwestie (het opstellen van een overeenkomst, notaris), het verlenen van een specifieke dienst aan een onderneming die buiten het kunnen van de onderneming valt, het fungeren als tussenpersoon die twee partijen met elkaar verbindt (vb. Marktplaats), of het fungeren als middel om de betaling van de koper te ontvangen en door te sturen naar de verkoper (Third-Party Payment Provider, vb. Adyen). (A. Twin, 2022)

2.1.3 Logistiek proces

Het logistieke proces is een brede term waarin vele handelingen onderdeel van zijn. Logistieke processen zijn de processen die zich bezighouden met het besturen, organiseren en het uitvoeren van goederenstromen. In de gehele keten komt logistiek aan bod, van het inkopen van materialen bij de leverancier tot het verzenden van een product naar de klant. Deze keten van logistieke processen wordt ook wel de 'supply chain' genoemd (Homburg, L. 2021).

Omdat logistiek een brede term is, zijn deze op te delen in vier verschillende categorieën, dit zijn de logistieke activiteiten. De categorieën zijn onder te verdelen in vervoer, opslag, productie en organisatie en aansturing. Vervoer, opslag en de productie worden in gang gezet door de organisatie en aansturing, in de praktijk bijvoorbeeld te zien als een logistiek manager.

Vervoer, of transport zoals het ook wel genoemd wordt, is het goederenvervoer dat plaatsvindt binnen de logistieke keten. Het transport zorgt ervoor dat de verschillende categorieën binnen de keten met elkaar verbonden worden (Arbocentrum, z.d.).

De rol die de opslag vervult binnen het logistiek proces, is het opslaan van producten om te voldoen aan de verwachtingen van de klant. Zo is het als bedrijf mogelijk om snel te kunnen leveren aan de klant. Door de toenemende globalisering is het voor ondernemingen, met name productiebedrijven, gebruikelijker geworden om grondstoffen te werven over de hele wereld. Deze ontwikkeling heeft ook logistieke problemen met zich meegebracht. Zo kan transport hoge kosten met zich meebrengen, denk aan het verschepen van containers of het laten overvliegen van onderdelen. Om kosten te drukken en een concurrentievoordeel te behalen hebben met name multinationals distributiecentra neergezet op strategische plekken op de wereld. (McPherson, A. 1992)

Tegenwoordig zijn er logistieke ketens waarbij de opslag door het bedrijf zelf overgeslagen wordt. In de praktijk betekent dit dat de leverancier van het verkopende bedrijf, direct verzendt naar de klant van het verkopende bedrijf. Deze manier wordt ook wel 'dropshipping' genoemd (Ferreira, C., 2022).

INDI doet in feite ook aan deze methode van order fulfillment. Zo maakt INDI gebruik van de voorraad en het verzendingsnetwerk van Kramp (leverancier van onderdelen voor de agrarische sector). Bestellingen die binnenkomen via INDI worden doorgezeten naar het magazijn van Kramp die de verwerking van de bestelling zullen doen (Brouwer, S. persoonlijke communicatie, 2023). Zo houdt INDI zich niet bezig met dit onderdeel van het logistieke proces.

Het logistieke proces binnen de productie omvat meerdere activiteiten. Zo zijn de benodigde grondstoffen voor de productie van de leverancier via transport naar de opslag van de fabriek gebracht. Een logistiek proces dat hier ook bij komt kijken is het op niveau houden van de voorraden, zonder deze stap zou het mogelijk kunnen zijn dat de productie stil komt te vallen door een manco in de voorraad. Verder moeten de grondstoffen van de opslag naar de productielijn vervoerd worden en de eindproducten naar de opslag om daar vervolgens uitgeleverd te worden aan de klanten. Naast deze stroom door het productieproces, zijn de volgende drie zaken ook essentieel om deze goederenstroom tot een goed einde te brengen (Silitonga, N., 2022).

1. Materiaalbeheer: Dit omvat de aankoop van de grondstoffen die nodig zijn voor de productie, evenals de opslag en het volgen van deze materialen.
2. Productieplanning: Dit betreft het efficiënte gebruik van productiemiddelen.

3. Transport en distributie: Dit omvat het tijdig en efficiënt leveren van eindproducten aan klanten.

De specifieke betekenis die gegeven is aan 'logistiek proces' in dit onderzoek luidt als volgt: "Het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen?".

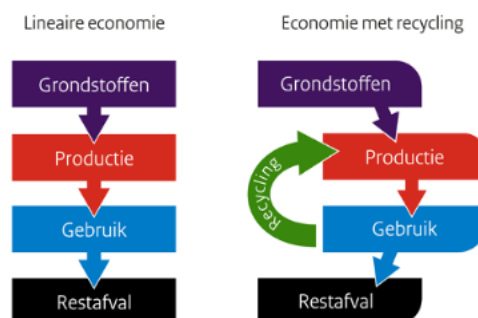
2.2 Theorieën en modellen

In deze paragraaf worden de theorieën en modellen besproken die van toepassing zijn op het onderzoek. Zo wordt de theorie van een circulaire economie besproken omdat het de bedoeling is vanuit INDI dat het nieuwe online-platform bij gaat dragen aan een circulaire economie.

2.2.1 Circulaire economie

Jarenlang, en vaak nog steeds, wordt gebruik gemaakt van de lineaire economie. In deze lijn is er sprake van het gebruik van grondstoffen voor de productie van goederen, deze worden vervolgens gebruikt en wanneer deze af zijn wordt het weggegooid. Bij een lineaire economie neemt de waarde van een eindproduct aan het eind van de rit af tot nul.

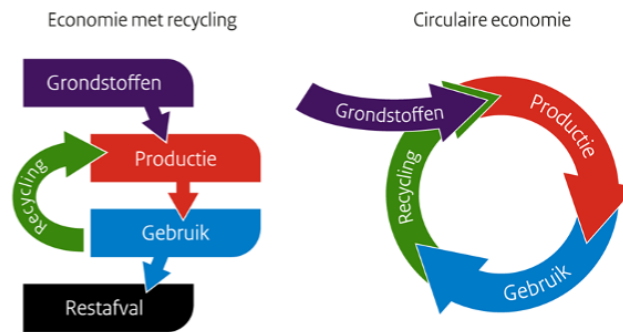
Daarnaast bestaat er ook een recycling economie waar de goederen in plaats van weggegooid worden, gerecycled worden tot een nieuw product. Met recyclen bedoelt men het opnieuw gebruiken van materialen maar wel in een andere vorm dan het oorspronkelijke product. Een voorbeeld hiervan is het omsmelten van plastic verpakkingen tot speelgoed.



Figuur 2.1: Lineaire- en recycle economie (Rijksoverheid, 2023)

Bij een circulaire economie draait het erom om zo efficiënt mogelijk om te gaan met grondstoffen. Zo zijn veel natuur- en milieuproblematiek het gevolg van de verspillende omgang met grondstoffen. Deze verspillende omgang met grondstoffen leidt tot de uitstoot van ongewenste stoffen in de lucht, water en de bodem met als gevolg klimaatverandering, biodiversiteitsverlies en plasticsoep. In een circulaire economie bestaat er geen afval en worden grondstoffen continu opnieuw gebruikt, het afval functioneert als nieuwe grondstof.

De recycling economie en de circulaire economie lijken sterk op elkaar. Toch zijn er wezenlijke verschillen tussen deze twee. Zo is recycling een proces binnen de hele keten van activiteiten van een circulaire economie. Een circulaire economie is het geheel aan processen waar grondstoffen meerdere malen opnieuw gebruikt worden. Manieren om dit te bereiken zijn: hergebruik, reparatie en recycling. De voorwaarde bij een circulaire economie is dat de functie de hoogste waarde voor de economie biedt met de minste impact op het milieu. (Rijksoverheid, 2023)



Figuur 2.2: Recycle- en circulaire economie (Rijksoverheid, 2023)

Binnen een circulaire economie bestaat er ook een R-ladder die de mate van circulariteit aangeeft. De R-ladder bestaat uit zes treden, van R1 tot en met R6. Elke R geeft een verschillende strategie weer in de circulaire economie. Hoe hoger op de R-ladder, hoe meer circulair de strategie is (R1 als hoogste trede). (RVO, 2023)



Figuur 2.3: R-ladder met strategieën van circulariteit (RVO, 2023)

R1 Refuse en Rethink

Bij de Refuse stap gaat het over het letterlijk afzien van een product of grondstof. Door iets niet te kopen bespaar je logischerwijs de meeste materialen en zijn geen nieuwe grondstoffen nodig. Een voorbeeld van deze stap is bijvoorbeeld om niet meer de pasta verpakt in plastic te kopen, maar een glazen pot te vullen met pasta. Op deze manier wordt een product overbodig gemaakt door van de functie af te zien.

Bij de Rethink strategie worden producten intensiever gebruikt door middel van het product te delen of een multifunctionele functie te zoeken. Het gevolg van deze strategie is dat innovatie, kennis en bewustzijn erg belangrijk zijn. Door anders te kijken naar de productieketen en de

toepassing van een product, komen nieuwe innovatie ideeën tot stand. Een actueel voorbeeld van de Rethink strategie zijn de deelscooters. Meerdere mensen maken gebruik van één product. (Versnellingsnetwerk Circulair Inkopen, 2023)

R2 Reduce

Op de tweede trede op de ladder staat de Reduce strategie. Bij deze strategie staat efficiëntie in het middelpunt. Zo zijn er minder materialen nodig voor de productie van een bepaald goed en hoeven er dus minder grondstoffen gewonnen te worden. Minder materialen gebruiken voor producten is niet de enige manier waarop de efficiëntie toe kan nemen. Organisaties kunnen ook de levensduur van de producten verlengen of consumenten kunnen zuiniger omgaan met de producten. (RVO, 2023) INDI is ook een organisatie die de levensduur van producten verlengt door middel van technische onderdelen te leveren waardoor een apparaat gerepareerd kan worden en er geen gloednieuw apparaat hoeft te komen. De grondstoffen voor een gloednieuw apparaat blijven op deze manier bespaard.

R3 Re-use

Als derde op de R-ladder staat de Reuse fase waarbij het draait om het hergebruik van producten. Hierbij worden producten in de oorspronkelijke vorm overgedragen aan een nieuwe gebruiker. (Kwakman, J., 2019) De functie van het nieuwe onlineplatform van INDI is ook een Reuse strategie. De ongebruikte en overvloedige technische onderdelen worden van de ene klant aan de andere klant van INDI overgedragen.

R4 Repair, Refurbish, Remanufacture en Repurpose

Op trap vier staan vier verschillende onderdelen die de levensduur van een product verlengen. Bij de Repair stap worden producten gerepareerd om langer te gebruiken door eenzelfde gebruiker. Organisaties passen deze stap toe door bijvoorbeeld reparatie afdelingen op te zetten. Er zijn vele organisaties die reparatieafdelingen hebben, een welbekende organisatie is Apple. Apple biedt de mogelijkheid om een Apple-product op te sturen ter reparatie door erkende Apple reparateurs.

Een andere vorm om de levensduur van een product te verlengen is refurbishen. Hierbij worden verouderde producten opgeknapt en/of gemoderniseerd. Het verschil tussen repareren en refurbishen is dat repareren een onderdeel is van het opknappen/moderniseren (refurbishen) van een product (Reames, L., 2020).

De remanufacture (reviseren) van een product is het gebruiken van onderdelen van een afgedankt product, om te gebruiken in een nieuw product. De functie van het nieuwe product kan hetzelfde zijn, maar kan ook een andere functie hebben.

De repurpose strategie is het gebruiken van afgedankte onderdelen om te hergebruiken in een product die een ander doel heeft. Deze strategie lijkt sterk op de remanufacture strategie enkel dient de repurpose strategie een ander doel. Een voorbeeld hiervan is het ontwikkelen van een lamp uit onderdelen afkomstig uit de industrie zoals metalen steigerbuizen.

R5 Recycling

Vervolgens op trede vijf staat de recycling strategie. Het recyclen van materialen is het verwerken van deze materialen tot grondstoffen. Recyclen komt als voorbeeld veel voor in de verpakkingsindustrie. Zo worden bijvoorbeeld PET flessen ingezameld via het statiegeldsysteem om vervolgens opgesmolten te worden tot grote balen plastic. Deze worden vernalen tot kleine stukjes en indien nodig gesorteerd op kleur. Vervolgens worden deze kleine stukjes gemalen tot granulaat om daarna gebruikt te worden in nieuwe plastic flessen (Recycling Nederland, 2020).

R6 Recover

Onderaan de R-Ladder staat de Recover strategie. Bij deze strategie gaat het over het terugwinnen van energie uit materialen. Door de verbanding van de materialen komt er energie vrij die gebruikt kan worden voor het verwarmen van huizen en het opwekken van elektriciteit. Door het terugwinnen van energie uit de materialen zijn de materialen toch nog van waarde en gaan ze niet compleet verloren zonder iets terug te geven.

2.2.2 Process Flow Chart

Een Process Flow Chart wordt voornamelijk gebruikt in de productiesector om verschillende processen visueel in kaart te brengen. Een Process Flow Chart wordt ook wel een Process Flow Diagram of Process Map genoemd. (Techqualitypedia, 2022)

Een Process Flow Chart wordt voor verschillende doeleinden gebruikt. Zo is het een veelgebruikt model om een nieuw proces te ontwikkelen of te analyseren, het standaardiseren of herontwerpen van een bestaand proces of om mogelijkheden tot verbeteringen op te sporen zoals onnodige processtappen. (Techqualitypedia, 2022)

Er zijn twee soorten Process Flow Charts: een High Level Process Flow Chart en een Detailed Process Flow Chart. Een High Level Process Flow Chart geeft op macro-niveau een weergave van een proces (globale weergave van het volledige proces). Vaak bestaat zo'n proces uit zes tot tien belangrijkste stappen. Dit diagram wordt voornamelijk gebruikt in het beginstadium van een project om snel verbeteringspunten in een proces te herkennen en prioriteren. (Techqualitypedia, 2022)

Daarnaast is er de Detailed Process Flow Chart. Dit diagram geeft een weergave van een proces op microniveau. Dit houdt in dat het diagram een gedetailleerd beeld geeft van een proces. Het is dan ook niet ongebruikelijk dat dit diagram uit meer dan vijftien stappen kan bestaan. De Detailed Process Flow Chart wordt gebruikt in situaties waarbij een bestaand proces geanalyseerd moet worden op complexiteit, te veel stappen of andere problemen. Ook komt dit diagram veel terug in situaties waar een bestaand proces gestandaardiseerd of gewijzigd moet worden. (Techqualitypedia, 2022)

Process Flow Chart Symbols		
Meaning	Symbol	Description techqualitypedia.com
Start or End		An elongated circle represents the start or end of a process.
Step/ Flowline		Represents direction of flow/process from one step to another.
Process/ Operation		Rectangle/square box shows instructions/actions/activity.
Decision		Diamond box represents decision on particular activity.
Storage		Represents storage of material/parts. techqualitypedia.com
Delay/Wait		Indicate delay in operation/process/activity.
Document		Represents supportive documents required.
Start or End		Alternate of elongated circle that also used to represents the start or end of a process.

Figuur 2.4: Process Flow Chart symbolen (Techqualitypedia, 2022)

Begin of einde: Een langwerpige cirkel stelt het begin of einde van een proces voor.

Stap/stroomlijn: Repreenteert de richting van de stroom/het proces van de ene stap naar de andere.

Proces: Rechthoek/vierkant vak toont instructies/acties/activiteit.

Besluit: Ruitvormig vak vertegenwoordigt beslissing over bepaalde activiteit.

Opslag: Vertegenwoordigt opslag van materiaal/onderdelen.

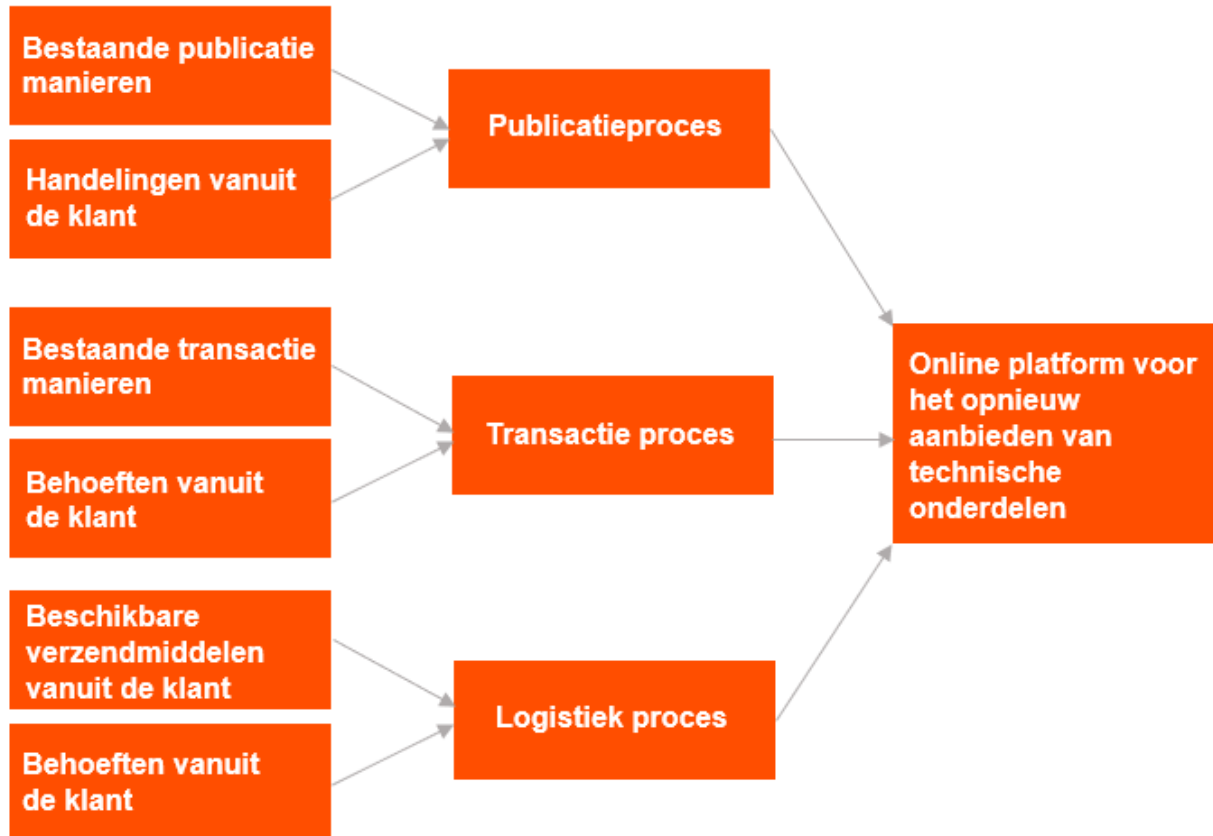
Vertraging: Vertegenwoordigt vertraging in operatie/proces/activiteit.

Document: Vertegenwoordigt vereiste ondersteunende documenten.

Begin of Einde: Afwisseling van een langwerpige cirkel die ook wordt gebruikt om het begin of einde van een proces weer te geven

2.3 Conceptueel model

In het conceptueel wordt een visuele weergave getoond van de verwachte oorzaak-gevolgrelatie tussen de belangrijkste variabelen die in dit onderzoek naar voren komen. De variabelen publicatieproces, transactieproces en logistiek proces zijn opgesteld vanuit de stageopdracht van INDI. In figuur 2.1 is het conceptueel model weergegeven.



Figuur 2.5: Conceptueel model

3. Onderzoeksmethoden

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksmethoden beschreven die gebruikt zullen worden in het onderzoek. Per deelvraag zal worden toegelicht op welke manier de deelvraag beantwoord zal worden. Deze toelichtingen zullen in de onderzoeksopzet terug te vinden zijn.

In dit onderzoek zullen interviews afgenomen worden. Het onderzoek wordt afgenomen op een specifieke klantgroep van INDI die aan bepaalde variabelen voldoen die ook in het vorige onderzoek naar de behoefte vanuit de potentiële gebruikers, zijn opgenomen. Het online-platform is met name voor klanten van INDI die vaker terugkeren, deze klanten worden de Teun Technuten genoemd. De onderzoekspopulatie zal dan ook bestaan uit deze specifieke klantgroep die naar verwachting het meest gebruik gaan maken van het online-platform. INDI heeft een aantal jaren terug een lijst opgesteld met de Teun Technuten, dit zijn per 15 maart 2023, 4704 vaste klanten (D. Vos, persoonlijke communicatie, 07-03-2023). De variabelen die opgenomen zijn om een onderzoekspopulatie te creëren die aansluiten op de verwachte gebruikers van het online-platform zijn de volgende: klanten van INDI die regelmatig inkopen doen, een vertegenwoordiging van vijf á zes klanten uit elke regio en een vertegenwoordiging van twee á drie klanten per segment. Deze lijst is opgesteld tijdens het voorgaande onderzoek naar de animo voor een online doorverkoopplatform. Deze klantlijst is wederom gefilterd op klanten die interesse hebben in het platform. Daarbij vielen enkele klanten af. Deze klanten hebben in het verleden meegewerkt aan het onderzoek waar dit onderzoek een vervolg op is, dus de verwachting is dat daardoor het responspercentage hoog zal uitvallen.

3.1 Onderzoeksopzet

Deelvraag 1

Om duidelijk te krijgen wat er op dit moment gebeurt met de overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten van INDI wordt de vorige scriptie geanalyseerd die onderzoek deed naar de behoefte van de klant naar een online-platform om technische onderdelen aan te bieden. In dit onderzoek wordt ook in kaart gebracht wat er op dit moment met deze desbetreffende producten gebeurt door middel van interviews en enquêtes. Verder ter aanvulling wordt er aanvullende informatie aan de hand van persoonlijke communicatie binnen INDI vergaard.

Deelvraag 1	Onderzoekstechniek	Toelichting
Wat gebeurt er op dit moment met de overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten van INDI?	Deskresearch	Onderzoek 'Stop de verspilling'
	Intern onderzoek	Interviews afnemen met de directeur

Deelvraag 2

Door het onderzoek te onderbouwen met wetenschappelijk bewezen theorieën over het desbetreffende onderwerp wordt er kennis vergaard omtrent het onderwerp en informatie die al bekend is wordt gepresenteerd.

Deelvraag 2	Onderzoekstechniek	Toelichting
Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden?	Deskresearch	Vergelijkingsmateriaal, literatuur,

Deelvraag 3

Om een goed beeld te krijgen van de manier waarop het publicatieproces ingericht moet worden, zijn verschillende onderzoekstechnieken nodig. Deze deelvraag is te zien als een funnel waarbij het start met een oriënterende fase om de mogelijkheden in kaart te brengen om vervolgens de behoeften en wensen van de klanten te vergelijken met de mogelijkheden die er op dit moment zijn. Om resultaten te krijgen die van kwaliteit zijn worden de vragen middels een interview bevraagd in plaats van een enquête om de context duidelijk te maken en geen discrepanties te krijgen tussen de interpretatie van de vragen door de verschillende klanten. Daar komen overeenkomsten uit tussen mogelijkheden en wensen die het meest geschikte publicatieproces voor INDI laat zien. Vervolgens om het publicatieproces concept te toetsen op haalbaarheid, wordt er een overleg ingepland met de UX-specialisten en de Software en Systems Engineers om te kijken of het concept gerealiseerd kan worden.

Deelvraag 3	Onderzoekstechniek	Toelichting
Wat is de beste manier om het nieuwe online-platform kenbaar te maken/in te richten op INDI.nl?	Deskresearch	Vergelijkingsmateriaal (primair onderzoek)
	Fieldresearch (Kwalitatief onderzoek)	Interviews met klanten over behoeften en toetsen ideeën.
	Intern onderzoek	Toetsen haalbaarheid met UX-specialisten en de Software en Systems Engineers

Deelvraag 4

Om een goed advies uit te brengen over het betalingsverloop zijn verschillende facetten belangrijk om te analyseren. Zo wordt er gekeken in een oriënterende fase welke transactie processen er zijn in een soortgelijke omgeving. Dit wordt gedaan aan de hand van vergelijkingsmateriaal, eigen ervaringen (primair onderzoek) en interviews. Vervolgens door middel van interviews met de klanten worden de behoeften vanuit de klanten getoetst. Om resultaten te krijgen die van kwaliteit zijn worden de vragen middels een interview bevestigd in plaats van een enquête om de context duidelijk te maken en geen discrepanties te krijgen tussen de interpretatie van de vragen door de verschillende klanten. Deze worden vergeleken met de uitkomsten uit de oriënterende fase om overeenkomsten te zoeken mits deze er zijn of een nieuw transactieconcept opzetten. Vervolgens worden deze ideeën getoetst met de financiële afdeling om de haalbaarheid te bepalen en eventuele onvoorziene situaties te identificeren.

Deelvraag 4	Onderzoekstechniek	Toelichting
Hoe moet de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij verlopen op het nieuwe online-platform?	Deskresearch	Vergelijkingsmateriaal, zelf ervaren via soortgelijke platforms (primair onderzoek)
	Fieldresearch (Kwalitatief onderzoek)	Interviews met klanten over behoeften (berekening dekkingskosten)/toelichting vragen, Interview met partijen die een soortgelijk platform hebben
	Intern onderzoek	Sparren over ideeën, toetsen haalbaarheid met financiële afdeling

Deelvraag 5

Om een juiste manier te vinden om product X van klant A naar klant B te krijgen zijn verschillende onderzoeksmethoden nodig. Zo is het belangrijk om te oriënteren in de mogelijkheden die al gebruikt worden door middel van vergelijkingsmateriaal en eigen ervaringen opdoen via soortgelijke platforms (primair onderzoek). Verder om de behoeften vanuit de klanten te begrijpen omtrent het logistieke proces, worden interviews afgenomen. Om resultaten te krijgen die van kwaliteit zijn worden de vragen middels een interview bevraagd in plaats van een enquête om de context duidelijk te maken en geen discrepanties te krijgen tussen de interpretatie van de vragen door de verschillende klanten. De behoeften van de klanten moeten afgestemd worden op het logistieke concept. Dit komt tot stand door de behoeften te vergelijken met bestaande logistieke processen of via het intern sparren over ideeën.

Deelvraag 5	Onderzoekstechniek	Toelichting
Hoe verloopt het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen en wat is de rol van INDI daarin?	Deskresearch	Vergelijkingsmateriaal, zelf ervaren via soortgelijke platforms (primair onderzoek)
	Fieldresearch (Kwalitatief onderzoek)	Interviews met klanten over behoeften (verzending en verzendpartij)/toelichting enquête vragen, Interviews met bedrijven met een vergelijkend online platform
	Intern onderzoek	Sparren over ideeën

3.2 Onderzoekspopulatie

In dit onderzoek zullen enquêtes en interviews afgenomen worden. De enquêtes worden afgenomen op een specifieke klantgroep van INDI die aan bepaalde variabelen voldoen die ook in het vorige onderzoek naar de klantbehoeften, zijn opgenomen. Omdat naar verwachting een specifieke doelgroep gebruik gaat maken van het online platform is ervoor gekozen om het onderzoek ook specifiek op deze groep te betrekken. De interviews zullen dus betrekking hebben op één onderzoekspopulatie.

Het online-platform is met name voor klanten van INDI die vaker terugkeren, deze klanten worden de Teun Techneuten genoemd. De onderzoekspopulatie zal dan ook bestaan uit deze specifieke klanten die naar verwachting het meest gebruik gaan maken van het online-platform. INDI heeft een aantal jaren terug een lijst opgesteld met de Teun Techneuten, dit zijn 4704 vaste klanten (D. Vos, persoonlijke communicatie, 07-03-2023). De variabelen die opgenomen zijn om een onderzoekspopulatie te creëren die aansluiten op de verwachte gebruikers van het online-platform zijn de volgende: klanten van INDI die regelmatig inkopen doen, Deze klantgroep is één op één overgenomen uit het voorgaande onderzoek. De geïnterviewde groep bevat zes respondenten.

3.3 Operationalisatie

Tabel 3.1: Operationalisatie schema

Abstract begrip	Dimensie	INDicatoren	Items
Publicatie proces	Bewustwording	Webshop bezoekers zijn op INDI.nl op de hoogte gebracht	Op de homepagina is het duurzaamheidsconcept kenbaar gemaakt
		Via andere kanalen (social media, blogs) zijn potentiële gebruikers op de hoogte gesteld	Via andere kanalen dan INDI.nl heb ik vernomen dat er opnieuw aangeboden producten beschikbaar zijn
	Plaats op de webshop	De webshop rangschikking van de opnieuw aangeboden producten	Er is een logische productrangschikking voor de opnieuw aangeboden producten op INDI.nl
		Aanbieders kunnen producten online zetten via INDI.nl	- Hoeveel handelingen zou u maximaal willen uitvoeren om een product te publiceren? - Wilt u uw naam openbaar hebben bij de verkoop? - Hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zowel de verkoper als inkoper?
	Productpagina	Het kenbaar maken van een opnieuw aangeboden product op de productpagina van een nieuw product	Het bestaan van een opnieuw aangeboden product is duidelijk kenbaar gemaakt op de productpagina
		Informatie over het opnieuw aangeboden product	De juiste informatie over het product is verstrekt
Transactie proces	De rol van INDI	De rol die INDI vervuld binnen de transactie	Vindt u dat het financiële traject via uw INDI-account moet lopen of rechtstreeks tussen de verkopende en inkopende partij?

	Transactie	De manier waarop de transactie verloopt (rechtstreeks of met INDI als third party)	• Waar zou u de voorkeur voor geven, om een bijdrage te leveren aan de kosten voor INDI: een vast dekkingbedrag per transactie of een percentage van de verkoopprijs? • Op welke manier zou u de betaling willen ontvangen? Credit op volgende factuur, in geld, maakt mij niet uit • Op welke manier zou u een factuur voor een opnieuw aangeboden product willen betalen? Op factuur, direct, beide
Logistiek proces	Verzending	De partij die de verzending regelt	• Zou u zelf als verkopende partij het verzendproces willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgt zoals het automatisch aanmaken van een label etc.? • Zou u zelf de verzending willen verzorgen via uw eigen verzendpartij of via het INDI-verzendnetwerk?

3.4 Analysemethoden

In deze paragraaf wordt een overzicht weergegeven van de analysemethoden per deelvraag. Het onderzoek bestaat uit kwalitatief onderzoek. Er is voor deze methode gekozen omdat voor het beantwoorden van de hoofdvraag de klant hoofdzakelijk centraal staat, daarom zijn de wensen en behoeften van de klant cruciaal en is kwalitatief onderzoek de gekozen manier om dit te toetsen.

Dit onderzoek maakt gebruik van verschillende soorten onderzoeksmethoden. Afhangend van deze onderzoeksmethoden zullen verschillende analysemethoden gehanteerd worden. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van deskresearch en fieldresearch. Om de data te verzamelen wordt gebruik gemaakt van primaire en secundaire data in de vorm van interviews, database-onderzoek, observaties en vergelijkingsmateriaal. Als data-analysemethoden wordt er gebruikt gemaakt van data-vergelijkingsanalyses om de data verkregen uit het vergelijkingsmateriaal te vergelijken met elkaar.

Verder zullen de afgenomen interviews getranscribeerd worden. De belangrijke uitspraken, die van belang zijn voor het onderzoek, zal vervolgens worden gefilterd. Deze data wordt daarna gecodeerd om deze te categoriseren. Aan de hand van deze resultaten zal een goede inzage ontstaan naar de behoeften en wensen van de klanten. Onderstaand de data-analysemethoden die gebruikt worden in dit onderzoek:

- Vergelijken van de data
- Coderen van interviews
- Categoriseren

Tabel 3.2: Overzicht onderzoeksozet

Deelvraag	Wat gebeurt er op dit moment met de overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten van INDI?	Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden?	Wat is de beste manier om het nieuwe online-platform kenbaar te maken/in te richten op INDI.nl?	Hoe moet de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij verlopen op het nieuwe online-platform?	Hoe verloopt het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen en wat is de rol van INDI daarin?
Soort onderzoek	Kwalitatief	Kwantitatief	Kwalitatief	Kwalitatief	Kwalitatief
Onderzoeksmethode	Deskresearch, intern onderzoek	Literatuurstudie	Deskresearch, field research en intern onderzoek	Deskresearch, field research en intern onderzoek	Deskresearch, fieldresearch, intern onderzoek
Dataverzameling	Interviews en onderzoeken	Wetenschappelijke artikelen	Vergelijkings-materiaal, observaties en interviews	Vergelijkings-materiaal, observaties en interviews	Vergelijkings-materiaal, observaties en interviews
Soort data	Secundair	Secundair	Primair en secundair	Primair en secundair	Primair en secundair

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

De betrouwbaarheid en validiteit laten de kwaliteit van het onderzoek zien. Hiermee wordt aangetoond of de gekozen onderzoeksmethoden duidelijke metingen hebben gedaan die van belang zijn om het scriptie doel te bereiken. De validiteit wordt bepaald door na te gaan of er met de onderzoeksmethoden/modellen gemeten is wat gemeten moest worden. Dit is belangrijk om goede conclusies te kunnen trekken. De betrouwbaarheid wordt getoetst door na te gaan of dezelfde resultaten behaald zouden worden wanneer het onderzoek op dezelfde wijze uitgevoerd wordt. Betrouwbaarheid en validiteit zijn sterk aan elkaar gerelateerd, zo kan een meting betrouwbaar zijn maar toch een foutieve weergave schetsen van de werkelijkheid. (L. Benders, 2022)

Om de betrouwbaarheid en validiteit te waarborgen in het onderzoek zijn er verschillende factoren waarnaar gekeken moet worden. Zo is het belangrijk om bewezen onderzoeksmethoden te kiezen die juist zijn voor het desbetreffende onderzoek. In het geval van het ontwikkelen van een eigen methode is het belangrijk om deze te baseren op wetenschappelijke theorieën of eerdere studies. Ook is het belangrijk bij het opstellen van enquêtevragen hoe deze verwoord zijn. Verder moet het probleem volledig te meten om ervoor te zorgen dat er geen andere externe factoren zijn die een de resultaten kunnen beïnvloeden. Daarnaast is het cruciaal dat in het geval van een steekproef er voldoende respondenten zijn om de resultaten te kunnen generaliseren naar een grotere groep mensen. Tijdens het uitvoeren van het onderzoek is het ook belangrijk om methoden op een consistente wijze toe te passen en het standaardiseren van het onderzoeksverloop door bijvoorbeeld respondenten te voorzien van identieke informatie. (L. Benders, 2022)

Validiteit is op verschillende manieren te testen, waarbij onderstaand de manieren zijn die van toepassing zijn op dit onderzoek (L. Benders, 2022):

Indruksvaliditeit: Beredeneerd en beargumenteerd waarom de meting meet wat gemeten moest worden. In dit onderzoek wordt een uitgebreide omschrijving gegeven van de achtergronden van de metingen om een goede indruksvaliditeit te behalen.

Inhoudsvaliditeit: Er wordt gecontroleerd of alle aspecten rondom het concept gemeten zijn. Worden er geen aspecten overgeslagen die belangrijk zijn om een compleet beeld te schetsen van de resultaten. Er wordt eenzelfde vragenlijst/belscript gehanteerd voor iedere respondent om inconsistentie te vermijden.

Herhaalbaarheid: Om de herhaalbaarheid te toetsen wordt er gekeken naar of dezelfde resultaten verkregen worden wanneer het onderzoek opnieuw uitgevoerd zou worden. Dit wordt gedaan door een logboek bij te houden gedurende het onderzoek.

Omdat veel primaire data vergaard wordt tijdens het onderzoek zijn bepaalde validiteitstesten niet van toepassing op dit onderzoek.

4. Resultaten

4.1 Interview resultaten

Om erachter te komen wat de wensen van de potentiële gebruikers zijn voor zo'n doorverkoopplatform zijn er interviews gehouden. Dit interview bestond uit vijftien vragen opgedeeld in drie onderdelen, een onderdeel introductie, verkopende partij en inkopende partij. Twee respondenten gaven aan geen interesse te hebben in de verkopende kant en deze vragen zijn dus niet van toepassing geweest. Voor de interviewvragen, zie bijlage 7. Verder geeft directeur Sybrand Brouwer aan dat laagdrempeligheid en geen aansprakelijkheid hoog in het vaandel staan (S. Brouwer, persoonlijke communicatie, 10-06-2023).

Tabel 4.1: Interview antwoordenmatrix

Vraag	MMG	VPG Scheepsservice	Van der Pol	Hydropower	Hydrau	Velis Scholten BV
1	Metaaltechniek en machinebouw	Scheepsreparatie	Vuilniswagens, veegmachines en riool reinigingsmachines	Scheepsvaart industrie	Hydraulische aandrijftechniek	Carosseriebouw en reparatie van hydraulische systemen
2	Blijft liggen in de voorraad, algemene voorraad voor snel onderhoud	Basisvoorraad, blijft in voorraad liggen, retourneren	Probeert ze door te verkopen aan klanten of gooit de producten weg	Blijft liggen in de voorraad	Algemene basisvoorraad	Laten liggen of terugsturen
3	Nee	Nee	Ja	Misschien	Ja	Ja
4	Ja	Ja	Misschien	Ja	Ja	Ja
5	Prijsvoordeel en duurzaamheid	Prijsvoordeel, wanneer reguliere voorraad van INDI op zou zijn	Duurzaamheid	Prijsvoordeel of wanneer reguliere voorraad van INDI op zou zijn	Verspilling tegen gaan, klanten die minder te besteden hebben van dienst kunnen zijn	Zonde dat iets niet gebruikt of weggegooid wordt

6	n.v.t.	n.v.t.	Via INDI account	Via INDI account	Via INDI account	Via INDI account
7	n.v.t.	n.v.t.	Credit op volgende en direct (iDeal) zijn goed	Credit op de volgende factuur	Maakt niet uit	Maakt niet uit
8	n.v.t.	n.v.t.	Credit op volgende factuur is goed	Credit op volgende factuur is goed	Credit op volgende factuur is goed	Prima
9	n.v.t.	n.v.t.	Te goed op INDI account is goed	Te goed op INDI account is goed	Liever credit op volgende factuur	Prima
10	n.v.t.	n.v.t.	Zelf verzenden	Zelf verzenden of via INDI verzendnetwerk met ophaalservice	Via INDI verzendnetwerk	Zelf verzenden
11	n.v.t.	n.v.t.	Maakt niet uit	Maakt niet uit	Maakt niet uit	Kan geen kwaad
12	n.v.t.	n.v.t.	Rendabel zijn	Betrouwbaar (eerst vooraf betalen)	Geen redenen	Wanneer het niet loopt.
13	Direct en op factuur (mits als zakelijke transactie behandeld)	Op factuur, mee met de automatische incasso	Direct (iDeal)	Op factuur	iDeal	Op factuur
14	Goed idee, misbruik mogelijk, moet niet te veel tijd kosten (voorgeprogrammeerde aanklikbare antwoorden)	Verwacht van INDI dat de kwaliteit gewaarborgd wordt, reviewsysteem niet per se nodig	Zeker er in zetten	Goed idee, puntensysteem aanhangen	Geen idee of daar goed aan gedaan wordt	Geen behoefte aan
15	Een uitgebreide goede omschrijving, opvallende kenmerken benoemen (overnemen)	Geen goede betrouwbaarheid, slechte kwaliteit, goede beschrijving, op tijd leveren, prijs	Het moet dusdanig onder de prijs liggen, foto van het product	Met product foto's werken, duidelijke productomschrijving (staat), snel reageren	Geen goede betrouwbaarheid	Wanneer afspraken niet nagekomen worden bijvoorbeeld levertijd

	beschrijving nieuw product)	is ondergeschikt aan betrouwbaarheid en kwaliteit				(Betrouwbaarheid)
Toevoegingen		Bijzonderheden moeten vermeld staat, Tweedekans in de titel i.v.m. boekhouding, Op productpagina aantal tweedekans producten tonen	Verschillende kortingen per klant (opzetten eigen verdienmodel over rug INDI)	Geconfigureerde producten voorzien van een tekening of iets in die richting.	Ziet meer voordelen in nieuwe producten in de vorm van levensduur en garantie.	

4.2 Resultaten overtollige onderdelen

In een voorgaand onderzoek van Philip ter Kuile (2022) naar de animo vanuit potentiële gebruikers voor het online doorverkoopplatform is bekeken wat de achterliggende oorzaken zijn van het blijven zitten met overtollige voorraden, wat er op dit moment gebeurt met de overtollige voorraad en of potentiële gebruikers sneller zouden terugkeren wanneer er een dergelijke dienst aangeboden zou worden.

Drie specifieke vragen uit het onderzoek zijn belangrijk om een totaal beeld te schetsen en de achtergrond weer te geven van het platform en de gebruiker. Deze uitkomsten zullen in dit onderzoek wederom beschreven worden.

Allereerst is bevraagd wat de redenen zijn waarom klanten van INDI blijven zitten met overtollige voorraden (grafiek 1). Daaruit is naar voren gekomen dat voornamelijk onderdelen die verouderd zijn blijven liggen (32%). Om een beeld te schetsen kunnen dit onderhoudsonderdelen zijn voor een bepaalde machine die wellicht vervangen is voor een nieuwe machine waar de ingekochte onderhoudsonderdelen niet meer passend zijn. Daarnaast komt het ook voor dat klanten te veel voorraad ingekocht hebben, dit omvat een percentage van 9% van de bevroagde respondenten. Verder geeft 4% van de respondenten aan dat zij met overtollige voorraad komen te zitten door verkeerd bestelde producten. Het overgrote deel met 55% geeft aan dat een combinatie van alle drie de redenen de oorzaak is van het komen te zitten met overtollige voorraden.



Grafiek 1: Interview vraag 2 (Ter Kuile, P.F.R., 2022)

Als vervolgvraag om de acties te achterhalen wat er gedaan wordt met de overtollige voorraad werd gevraagd wat de respondenten op dit moment doen met de voorraden die zij niet meer gebruiken. Ten tijde van het onderzoek gaf het overgrote gedeelte van de respondenten aan dat de overtollige voorraad, in de voorraad blijft liggen (59%). Daarnaast geeft 32% aan de overtollige voorraad weg te gooien en als laatste de minderheid geeft aan het door te verkopen (9%).

Bij de zes geïnterviewden geven vijf aan dat de overtollige onderdelen in de voorraad blijven liggen. Van deze vijf geven twee aan dat dit producten voor de algemene voorraad betreft zoals boutjes en moertjes of voor snel onderhoud. Verder geven twee van de zes aan overtollige voorraden te retourneren. Ook geeft één respondent aan overtollige producten door te verkopen of anders weg te gooien.



Grafiek 2: Interview vraag 5 (Ter Kuile, P.F.R., 2022)

Het online doorverkoopplatform moet onder andere ook gaan dienen als een extra methode om ervoor te zorgen dat klanten sneller terugkomen naar INDI (S. Brouwer, persoonlijke communicatie, 18-04-2023). Uit deze vraag kwam naar voren dat het overgrote deel eerder zou terugkeren bij INDI wanneer er een online doorverkoopplatform is. 18% van de respondenten geeft aan dat zij niet eerder zouden terugkeren naar INDI door een online doorverkoopplatform op te zetten. De minderheid (7%) geeft aan misschien eerder terug te keren naar INDI er een doorverkoopplatform is.



Grafiek 3: Interview vraag 11 (Ter Kuile, P.F.R., 2022)

4.3 Publicatieproces

Voor het publicatieproces zijn onder andere bedrijven die ook 'tweedekans' producten geanalyseerd en beschreven om aangetoonde inspiratie om te bouwen voor eventuele aanbevelingen. Onderstaand een tabel met de bedrijven die beschreven worden.

Bedrijf	Naam
Coolblue	Tweedekans
Bol.com	Retourdeal, Retourkansjes van BuyBay, artikelen van Retourplaza
MediaMarkt	Outletdeal
Bax	B-Stock
HelloTV	Buitenkansjes

Tabel 4.2: Lijst met bedrijven die 'tweedekans'-producten aanbieden (Consumentenbond, 2022)

Coolblue Tweedekans

Eerste op de lijst is Coolblue. Coolblue biedt zoals zij het zelf omschrijven de Tweedekans producten aan. Coolblue omschrijft de Tweedekans als volgt:

"Bij Coolblue geven we producten een tweede kans, wanneer een klant deze terugstuurt. Natuurlijk checken we eerst of de wasmachine of tablet bijvoorbeeld nog goed werkt. Alleen producten die een goede staat hebben en het goed werken, krijgen bij Coolblue een tweede kans. Je koopt een Tweedekans product met korting, wat goed is voor je portemonnee en het milieu. Ook krijg je dezelfde garantie als op een nieuwe aankoop." (Coolblue, z.d.)

Coolblue biedt verschillende soorten Tweedekans producten aan, zo zijn er de tweedekans producten die als nieuw zijn (deze zijn enkel uit de verpakking gehaald, met lichte gebruikssporen (lichte krasjes op het product) en met zichtbare beschadigingen (krassen en deuken rondom het product zonder vermindering van het gebruik van het product).

De werkwijze rondom de Tweedekans producten bij Coolblue gaat als volgt: Coolblue heeft een afdeling die de teruggestuurde/binnengekomen producten checken of het product compleet is en of het goed werkt. Vervolgens krijgt het product een gradatie zoals hierboven beschreven. Het product wordt schoongemaakt, de gegevens worden gewist (indien nodig), er worden foto's gemaakt van de opvallende kenmerken en om het product komt een nieuwe stevige verpakking om vervolgens op de Tweedekans pagina terecht te komen.

Op de originele Tweedekans pagina van Coolblue is in de titel kenbaar gemaakt dat het gaat om een tweedekans product. Verder wordt de staat van het product gecategoriseerd in de één van de drie gradaties: als nieuw, lichte gebruikssporen en zichtbare gebruikssporen. Daarnaast is er een foto zichtbaar van de opvallende kenmerken tezamen met de originele productfoto's.

In de beschrijving van het tweedekans product zijn twee opsommingen te zien, één met de staat van het product waarin een toelichting gegeven wordt op de staat van het product. Een voorbeeld is 'geretourneerd product in beschadigde originele verpakking'.

Verder staat er rechts van de toelichting op de staat een tab 'details gebruikssporen/schade'. Deze tab geeft een toelichting op de gebruikssporen/schade wanneer deze aanwezig zijn.

De beschrijving, specificaties en reviews zijn overgenomen uit originele nieuwproduct.

Op de productpagina van het product waar een tweedekans product van beschikbaar is, wordt dit vermeld met een link (Voordelige Tweedekans) die verwijst naar de productpagina van het tweedekans product. Deze 'Voordelige Tweedekans' link is onder de prijs geplaatst zoals

hieronder te zien. Dit is overigens ook de sectie waar de aandacht naartoe gaat wanneer er een intentie is om het product aan te schaffen.

Coolblue maakt het bestaan van de tweedekans producten kenbaar op de homepage door de 'blader onze categorieën' sectie.

Opgesomd presenteert Coolblue haar Tweedekans als volgt:

- ✓ Tweedekans in de titel
- ✓ Staat van het product in één van de drie gradaties
- ✓ Foto van de opvallende kenmerken
- ✓ Toelichting op staat van het product
- ✓ Toelichting gebruikssporen/schade (indien nodig)
- ✓ 'Voordelige Tweedekans' link onder de prijs
- ✓ Tweedekans in 'blader door categorieën' op homepage

999,-

Voordelige Tweedekans van 890,-

✓ **Morgen bezorgd**

Nog sneller op te halen in 1 Coolblue-winkel

✚ **Gratis** 3 maanden Apple TV+ t.w.v. 20,97

 In mijn winkelwagen

Ophalen in de winkel



Afbeelding 4.1: 'Voordelige Tweedekans' positionering Coolblue (Coolblue, z.d.)

Bol.com Retourdeals

Ook Bol.com maakt gebruik van het, in dit onderzoek genoemde, doorverkoopplatform. De producten die opnieuw aangeboden worden, worden door Bol.com de 'Retourdeals' genoemd. Bol.com omschrijft de retourdeals als volgt:

'Retourdeals zijn bol.com artikelen die retour gestuurd zijn en waarvan (alleen) de verpakking een beetje beschadigd is. Bij bol.com gooien we deze artikelen natuurlijk niet weg! Daarom bieden wij zo'n artikel opnieuw aan als een Retourdeal. Na een strenge kwaliteitscontrole en met een goede korting!' (Bol.com, z.d.)

Waarbij Coolblue verschillende kwaliteitsgradaties heeft, verkoopt Bol.com enkel producten die retour zijn gekomen en de verpakking een beetje beschadigd kan zijn. Net zoals bij Coolblue maakt ook Bol.com gebruik van een kwaliteitscontrole.

Bol.com hanteert een andere manier van het kenbaar maken van een retourproduct. Zo is op de productpagina van het nieuwe product onder de 'In winkelwagen' knop een blok te zien waar de 'retourdeals' gepresenteerd worden (Zie afbeelding 4.2). Dit is overigens ook de sectie waar de aandacht naartoe gaat wanneer er een intentie is om het product aan te schaffen.

Shop dit artikel

Retourdeal

Conditie: Nieuw

145,49



Afbeelding 4.2: 'Retourdeal' positionering Bol.com (Bol.com, z.d.)

De retourdeals zijn enkel te vinden via het nieuwe product en zijn niet op zichzelf te vinden in de zoekresultaten. Wanneer er op de retourdeal geklikt wordt, verschijnt een pop-up waar een algemene tekst over de retourdeals beschreven staat inclusief de 'in winkelwagen' knop. Exacte details over de retourdeal worden niet getoond (Zie afbeelding 4.2).

Verder wordt er bij Bol.com niet in de titel genoemd dat het een retourdeal betreft.

- ✓ Retourdeals worden getoond enkel via het nieuwproduct.
- ✓ Gepresenteerd in een blok onder de 'in winkelwagen' knop.
- ✓ Pop-up i.p.v. productpagina met algemene retourdeal informatie en een 'in winkelwagen' knop

Retourdeal ✕

Een retourdeal is een artikel dat door een klant is geretourneerd. Je geeft het artikel een tweede kans en geniet van voordeel:

- ✓ Het artikel is getest op **goede kwaliteit**. Alleen de verpakking kan beschadigd zijn
- ✓ Je krijgt 30 dagen bedenktijd en **gratis** retourneren
- ✓ Je krijgt tot **15% korting** op de nieuwprijs

[> Meer weten?](#)

**Kobo Libra 2 - 7 inch - 32GB - Bluetooth - Wit**
★★★★★ (416)
190³⁹
Nieuwprijs 199,99
Je bespaart 5%
Op voorraad. Voor 21:00 uur besteld, morgen in huis ^①
Verkoop door: bol.com retourdeals
[+ In winkelwagen](#)

Afbeelding 4.2: 'Retourdeal' positionering Bol.com (Bol.com, z.d.)

MediaMarkt Outlet

Mediamarkt biedt ook producten opnieuw aan die zij de Outletdeals noemen. De producten die Mediamarkt opnieuw aanbieden zijn geretourneerd, showmodellen of producten waarvan de verpakking is beschadigd. Mediamarkt beschrijft de outletdeals als volgt:

'Op MediaMarkt Outlet vind je producten die een tweede leven verdienen. Dit zijn producten die door onze klanten zijn geretourneerd, showmodellen of producten waarvan de verpakking is beschadigd. Al deze producten ondergaan een strenge kwaliteitscontrole en worden, zo nodig, gereinigd en/of hersteld waarna jij deze met een goede korting kan bemachtigen via onze Online Outlet óf als Outlet Deal in onze winkels. Op deze manier dragen we samen bij aan een duurzaam gebruik van consumentenelektronica.' (Mediamarkt Outlet, z.d.)

MediaMarkt maakt net zoals Coolblue en Bol.com gebruik van een controle afdeling die de producten bekijkt op kwaliteit. De kwaliteit wordt niet weergegeven aan de hand van gradaties, maar een beschrijving van de bijzonderheden per kant van het product en de verpakking (Afbeelding 4.3).

Mediamarkt maakt in tegenstelling tot Coolblue en Bol.com gebruik van een compleet aparte webshop, de MediaMarkt Outlet. Deze site is compleet toegewijd aan de outletdeals. MediaMarkt maakt de outletdeals kenbaar middels een klein blok halverwege de homepage.

Op de productpagina van een nieuw product met een outletdeal, wordt de outletdeal niet expliciet kenbaar gemaakt.

Wanneer een outletdeal in de winkelwagen gedaan wordt, wordt er een pop-up getoond, met de bijzonderheden van de outletdeal, zie afbeelding 4.3.

Je hebt SAMSUNG Neo QLED 4K 55QN85B (2022) ✕
toegevoegd aan je winkelwagentje!

Verpakking	: Geopende en beschadigde verpakking
Zijkant links	: Deuk
Voorkant	: Geen bijzonderheden
Achterkant	: Geen bijzonderheden
Bovenkant	: Geen bijzonderheden
Onderkant	: Geen bijzonderheden
Zijkant rechts	: Geen bijzonderheden

[Verder winkelen](#)[Bekijk winkelwagen](#)

Afbeelding 4.3: 'Outletdeal' in winkelwagentje pop-up (MediaMarkt Outlet, z.d.)

- ✓ Aparte MediaMarkt Outlet webshop.
- ✓ MediaMarkt Outlet blok halverwege de homepage.
- ✓ In winkelwagen pop-up met bijzonderheden per kant van de outletdeal.

Bax Music B-Stock

Bax Music is de, zoals zij het zelf omschrijven, dé webshop voor dj, producer en muzikant. Zo verkopen ze onder andere instrumenten, microfoons en mixtafels. Bax heeft zowel fysieke winkels als een online winkel. Op de webshop maakt Bax Music ook gebruik van een tweedekans functionaliteit. Zelf omschrijven ze de B-Stock producten als volgt: 'Het gaat dan meestal om artikelen die een beschadigde verpakking hebben. Ook kunnen er lichte gebruikssporen op het product aanwezig zijn. In sommige gevallen is er sprake van beschadiging, zoals krassen, of ontbrekende accessoires. In elk geval functioneert het product nog perfect.' (Bax Music, z.d.)

Bax Music hanteert voor de teruggekomen producten een aparte categorie, de 'B-Stock aanbiedingen'. In deze categorie staan alle producten teruggekomen producten gepresenteerd, onderverdeeld in subcategorieën zoals bijvoorbeeld 'Gitaar B-Stock aanbiedingen'. Verder staat er op de productpagina van het nieuw product, onder de 'In mijn winkelwagen' knop een link naar hetzelfde product maar dan de B-Stock variant (Zie afbeelding 4.4). Dit is overigens ook de sectie waar de aandacht naartoe gaat wanneer er een intentie is om het product aan te schaffen. Ook zijn de B-Stock producten in de zoekresultaten op Bax-Shop.nl terug te vinden.



Afbeelding 4.4: 'B-Stock vanaf €...' tekst (Bax Music, z.d.)

Op de productpagina van het B-Stock product staat '[B-Stock]' in de titel vermeldt. Ook zijn er foto's van het teruggekomen product samen met de productfoto van het nieuwproduct. Daarnaast staat er op de productpagina van het B-Stock product een apart tabblad met informatie over B-Stock samen met of het product compleet is, de staat van de originele verpakking en de staat van het product (Een voorbeeld is hieronder weergegeven).

Compleet	Ja
Originele verpakking	In goede staat
Staat van product	Gebruikssporen (geen schade/krassen)

- ✓ Aparte categorie voor B-Stock artikelen onderverdeeld in subcategorieën
- ✓ Onder 'In mijn winkelwagen' knop B-Stock link
- ✓ B-Stock producten in de zoekresultaten terug te vinden
- ✓ [B-Stock] in de titel vermeldt
- ✓ Foto's van het teruggekomen product samen met de productfoto van het nieuwproduct
- ✓ Apart tabblad met informatie over B-Stock (staat, compleet en originele verpakking)
- ✓ Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product

HelloTV Buitenkansjes

HelloTV, het voormalige PlatteTV, is een winkel die, zoals zij het zelf zeggen, gespecialiseerd zijn in TV's. Verder heeft HelloTV 12 vestigingen in Nederland en een online winkel.

Ook HelloTV maakt gebruik van een opnieuw aangeboden producten sectie. Zelf noemt HelloTV het 'Buitenkansjes'. De complete omschrijving van HelloTV over de Buitenkansjes is als volgt: 'Onze Buitenkansjes zijn producten die even uit de doos zijn geweest of zijn gekocht door een klant en later zijn omgeruild. Bijvoorbeeld van klanten waarbij de aangeschafte tv toch te groot bleek in de woonkamer.' (HelloTV, z.d.) HelloTV kijkt de producten na of deze nog technische in orde zijn en worden vervolgens op de webshop gepubliceerd.

Op de helft van de homepage maakt HelloTV de buitenkansjes kenbaar in de vorm van een banner met 'Profiteer van onze buitenkansjes'. Wanneer er op de banner geklikt wordt, wordt de bezoeker naar een aparte categorie geleid met enkel buitenkansjes. Op de webshop van HelloTV zijn de buitenkansjes te herkennen aan het label 'Buitenkansje' en een vermelding in de titel van het product.

Op de productpagina van het nieuw product staat boven de 'Toevoegen aan winkelwagen' knop de link 'Beschikbaar als buitenkansje voor ...,-' (Zie afbeelding 4.4). Dit is overigens ook de sectie waar de aandacht naartoe gaat wanneer er een intentie is om het product aan te schaffen.

Wanneer er op deze link geklikt wordt,

wordt de bezoeker doorverwezen naar de productpagina van het buitenkansje. Op deze product pagina staat vermeld dat het een geretourneerd product of demomodel in geopende originele verpakking betreft, maar geen exacte omschrijving wat de bijzonderheden zijn. Ook zijn er geen foto's van het geretourneerde product op de pagina te vinden. Uiteraard wel de productfoto van het nieuw product. De omschrijving zijn één op één overgenomen uit de productpagina van het nieuw product.

 Beschikbaar als buitenkansje voor **996,-**

 Toevoegen aan winkelwagen



Afbeelding 4.4: 'Beschikbaar als buitenkansje voor ...,-' (HelloTV, z.d.)

- ✓ Homepagina banner 'Profiteer van onze buitenkansjes'
- ✓ Buitenkansje label in de categoriepagina
- ✓ Vermelding in de titel
- ✓ 'Beschikbaar als buitenkansje voor ...,-' link boven de 'in winkelwagen' knop
- ✓ Vermelding geretourneerd product of demomodel
- ✓ Geen exacte omschrijving van de bijzonderheden
- ✓ Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product

4.3 Transactieproces

Bol.com is één van de platforms die een nagenoeg gelijk idee hanteert als INDI, zo verkoopt Bol zelf op Bol.com maar is er ook plaats voor externe verkopers. Deze twee stromen vinden plaats op hetzelfde platform, Bol.com. Om deze reden wordt er veel inspiratie gehaald uit Bol.com waaronder het transactieproces.

Vele ondernemingen verkopen onder andere via Bol.com. Dit omdat Bol.com in 2023 zo'n 13 miljoen actieve gebruikers heeft en daarom nieuwe potentiële klanten in contact brengt met de verkopers.

Het verdienmodel achter Verkopen via bol.com voor Bol.com is dat zij zowel een vast bedrag als een percentage pakken van de verkoopprijs. Hieronder staan de meest genomen tarieven weergegeven. Daarnaast zijn er nog uitzonderingen.

Vast €0-10 (excl. btw)*	Vast €10-20 (excl. btw)*	Vast >€20 (excl. btw)*	% (excl. btw)**
€ 0,20	€ 0,40	€ 0,85	5% voor artikelen tot 20€
€ 0,20	€ 0,40	€ 0,85	12,4% voor artikelen vanaf 20€

Afbeelding 4.5: Bol.com tarieven Verkopen via bol.com (bol.com, z.d.)

Wanneer er op Bol.com een transactie plaatsvindt tussen externe verkoper in koper, dan betaald de klant aan Bol.com. Bol.com neemt vervolgens het vaste bedrag en het percentage afhankelijk van de verkoopprijs excl. BTW en keert dit vervolgens na drie weken uit. Bol.com fungeert in dit verhaal een third-party, beschreven in het theoretisch kader, tijdens de transactie. De verkoper is verplicht zelf een factuur op te stellen en deze te versturen naar de klant. De verkoper moet zelf een factuur aanmaken aangezien Bol.com technisch gezien enkel een tussenpartij is en niet de verkopende partij (toelichting komt aan bod in de paragraaf '4.5 Wet- en regelgeving'). Bol.com notifieert de verkoper met instructies voor de factuur met het volgende:

'Let op! Vermeld geen rekeningnummer op de factuur. De klant betaalt zoals je gewend bent aan bol.com, op basis van het automatisch verstuurd betaaloverzicht. Ook jouw kosten, zoals de commissie en verzendkosten, dienen niet vermeld te worden op de factuur voor de klant.' (Bol.com, z.d.)

Vervolgens factureert Bol.com elke maand de commissie en de eventuele verzendkosten.

4.4 Logistiekproces

Naast het feit dat de producten kenbaar gemaakt moeten worden en de transactie geregeld moet worden is het belangrijk dat het desbetreffende product ook daadwerkelijk bij de koper terecht komt. INDI verstuurd deze producten niet zelf, maar gaan direct van klant A naar klant B. Het platform dat INDI wil gaan opzetten heeft veel gelijkenissen met Bol.com. Zo verkoopt Bol.com zelf, maar kunnen externe verkopers ook gebruik maken van het platform om een grotere groep potentiële klanten te bereiken.

Zo hanteert Bol.com het Verzenden via bol.com. Dit is een manier van Bol.com om de verzending te faciliteren. Zo gebruikt de externe verkoper het verzendnetwerk van Bol.com

en daarmee het verzendcontract van Bol.com. De externe verkoper krijgt daarmee gunstigere verzendtarieven.

In gesprek met Robbert Brouwer van INDI kwam naar voren dat wanneer externe verkopers labels kunnen aanmaken via INDI, deze labels op naam komen te staan van INDI. Daarnaast gaf Robbert Brouwer het voorstel om eventueel een DHL API in te bouwen in de site, zodat klanten eenvoudig zelf labels aan kunnen maken die op naam van de aanbieder zelf komen te staan. Daarnaast is het mogelijk om een optie tot afhalen door DHL te kiezen. De meerprijs hiervan bedraagt €2,95 (R. Brouwer, persoonlijke communicatie,

Bol.com biedt ook aan gebruikers aan om het gebruik te maken van het verzendcontract van Bol.com. Om gebruik te maken van Verzenden via bol.com moeten gebruikers de gebruikersvoorwaarden accepteren waarin artikel 9 opgenomen is die de voorwaarden omtrent de aansprakelijkheid beschrijven. Daar staat samengevat dat Bol.com niet aansprakelijk is voor enige vorm van schade aan het pakket tijdens de verzending. (Bol.com, z.d.)

4.5 Wet- en regelgeving

Om een doorverkoopplatform te beheren, is het belangrijk om goed naar de wet- en regelgeving te kijken. Zo zijn er in de wet vele artikelen opgenomen omtrent koopovereenkomsten en consumentenbescherming. In gesprek met Jeroen Ruiter (2023), jurist van Kramp, zijn verschillende punten opgekomen die INDI in overweging moet nemen.

Koop beschrijft de wet als volgt in art. 7:1 BW : ‘Koop is de overeenkomst waarbij de een zich verbindt een zaak te geven en de ander om daarvoor een prijs in geld te betalen. (Overheid.nl, 2023)

De rol die een bedrijf speelt tijdens de overeenkomst op een doorverkoopplatform is bepalend voor welke wet- en regelgeving opgaan en waarvoor een bedrijf zich moet indekken. Zo zijn er in dit geval twee rollen aan te nemen als bedrijf zijnde: verkoper en IT-dienstverlener. Wanneer een bedrijf de rol als verkoper aanneemt, betekent dat de verkoop door het bedrijf plaatsvindt. Een voorbeeld van een doorverkoopplatform waarbij het bedrijf zelf de verkopende partij is, is Coolblue. Wanneer een bedrijf de rol van IT-dienstverlener aanneemt, betekent dit dat het bedrijf enkel het digitale platform aanbiedt en eventueel het logistieke- en financiële traject uit handen neemt, voorbeelden hiervan zijn Marktplaats, Vinted en Bol.com.

Bij een koopovereenkomst waarbij het bedrijf, die het doorverkoopplatform aanbiedt, zich zelf als verkopende partij identificeert, zijn verbonden aan bepaalde plichten. Deze zijn verschillend tussen B2B (Business to Business) en B2C (Business to Consumer). Wanneer er sprake is van een verkoop aan een consument, gaat het consumentenrecht op. Consumenten zijn in de wet goed beschermd, omdat zij door de wetgever aangemerkt zijn als ‘zwakkere partij’. Daardoor hebben consumenten recht op de wettelijke garantie wanneer een product niet compleet is, beschadigd is, snel kapot is, anders werkt dan tijdens de verkoop verteld, niet werkt zoals het soort product normaal behoort te werken of software gebruikt die na een korte tijd niet meer werkt (ook bij tweedehands producten) (KVK, 2022). Ook heeft de consument recht op de wettelijke bedenktijd van veertien dagen waarbij een product retour gedaan mag worden en het volledige bedrag inclusief thuisbezorging, terug gestort moet worden (KVK, 2021). Ook bestaan er de grijze en zwarte lijsten waarin bedingen beschreven staan die niet in de algemene voorwaarden opgenomen mogen worden. Consumenten hebben enkel deze rechten wanneer het een B2C koop betreft. Voor B2B verkopen gaat het consumentenrecht niet op. Bij een B2B koop is het verkopende bedrijf dan ook niet verplicht om het herroepingsrecht op te nemen (wel mogelijk) en de bedingen in de grijze en zwarte lijst van het consumentenrecht gelden niet voor B2B. Wanneer het een C2C koop betreft gaan deze

rechten niet op en is de consument minder goed beschermd. In dit geval is de platformaanbieder verplicht de gebruikers te informeren dat zij niet beschermd worden door het EU-consumentenrecht (Marktplaats, z.d.).

Wanneer het bedrijf zich opstelt als enkel de IT-dienstverlener, dus enkel het platform aanbiedt, gelden bovenstaande plichten niet. Er komt een koopovereenkomst tot stand tussen aanbieder en inkoper op een doorverkoopplatform waarbij het bedrijf enkel de oprichter/beheerder van is. Bij de totstandkoming van de koopovereenkomst is bijvoorbeeld een Marktplaats geen partij.

Verder heeft Bol.com bijvoorbeeld Verzenden via bol.com waarbij zij verkopers de mogelijkheid bieden om te verzenden via Bol.com. Daarbij is Bol.com geen partij bij de koopovereenkomst, maar bieden ze enkel het platform en de mogelijkheid tot verzending. Om zich vrij te pleiten van iedere aansprakelijkheid van de verzending, heeft Bol.com in de gebruikers voorwaarden artikel 9 (aansprakelijkheid) opgenomen dat 'de Verzenden via bol.com Verkoper bol.com volledig vrijwaart voor alle schade en/of kosten van wat voor aard dan ook die voortvloeien uit de niet-nakoming van één of meerdere verplichtingen uit deze Gebruikersvoorwaarden Verzenden via bol.com'. De 'één of meerdere verplichtingen' omvat onder andere de verzending. Dit artikel kan opgenomen worden in de gebruikers voorwaarden, omdat Bol.com geen partij is in de koopovereenkomst tussen verkoper en inkoper (Ruiter, J., persoonlijke communicatie, 2023). Ook staat in art. 7:11 BW lid 1 beschreven dat 'bij een consumentenkoop waarbij de zaak bij de koper wordt bezorgd, is de zaak voor het risico van de koper vanaf het moment dat de koper of een door hem aangewezen derde, die niet de vervoerder is, de zaak heeft ontvangen.' (Overheid.nl, 2023).

5. Conclusies en aanbevelingen

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: 'Hoe zien de publicatie-, transactie- en logistieke processen eruit voor INDI om een online-platform te realiseren die overtollige en ongebruikte technische onderdelen, in bezit bij de klanten van INDI, opnieuw circulair kunnen aanbieden via INDI.nl door de klanten?'. Hiervoor is zowel desk- als fieldresearch uitgevoerd.

Wat gebeurt er op dit moment met de overtollige en ongebruikte technische onderdelen in bezit bij de klanten van INDI?

Uit het onderzoek van Philip ter Kuile (2022) bleek dat een derde van de ondervraagden blijft zitten met overtollige voorraden door verouderde onderdelen. Verder geeft negen procent aan dat zij met overtollige voorraden blijven zitten doordat er te veel ingekocht is. De minderheid van vier procent geeft aan dat zij blijven zitten met overtollige voorraad door verkeerd bestelde producten. Het overgrote deel van vijfenvijftig procent geeft aan dat alle drie bovengenoemde redenen mogelijkheden zijn waarom zij blijven zitten met overtollige voorraden.

Wat zegt de literatuur over het publicatie-, transactie- en logistieke proces in een omgeving waar ongebruikte producten opnieuw aangeboden worden?

Om een goed publicatieproces te hebben, concludeert het onderzoek naar Marktplaats om het publicatieproces te verbeteren door het Mental Model, Vividness, Motivatie en Drijfveren van zowel de verkopende als inkopende partij en de volledigheid van de informatie. Het Mental Model beschrijft dat een product in een bijpassende omgeving geplaatst moet worden om de verbeelding van de inkopende partij meer te prikkelen. Vividness geeft beeldende context rondom het product in de vorm van bijvoorbeeld het formaat. De motivatie en drijfveren van de inkopende en verkopende partijen zijn van belang bij de presentatie van een product. Zo willen economisch gemotiveerde inkopende partijen snel kunnen afrekenen zonder veel moeite en verkopende partijen willen een product snel en zonder moeite kunnen aanbieden om deze snel te kunnen verkopen. Daarnaast concludeert dit onderzoek dat beschrijvingen van opnieuw aangeboden producten van een volledige productbeschrijving moet zijn voorzien om een kloof tussen verwachtingen en werkelijkheid te beperken.

Verder zegt de literatuur over het transactieproces dat een bedrijf zich op kan stellen als third-party. In dit geval geeft INDI aan enkel te willen fungeren als aanbieder van het platform, en daarvoor geen aansprakelijkheid te dragen voor eventuele risico's die optreden bij de koopovereenkomst zoals de verzending. Uit de theorie blijkt dat dit mogelijk is wanneer een partij zoals INDI zich opstelt als third-party tijdens bijvoorbeeld de transactie of verzending. Een voorbeeld hiervan is Bol.com die de transacties managed tussen aanbieder en koper. Tijdens een transactie int Bol.com het geld, neemt een percentage van de verkoopprijs en keert dit uit aan de aanbieder.

In het onderzoek van Philip ter Kuile (2022) is naar voren gekomen dat potentiële gebruikers voornamelijk economisch gemotiveerd zijn (grafiek 2.1). Meer dan 50% van de respondenten geven namelijk aan van hun voorraad af te willen om verzonken kosten te beperken. Dit betekent volgens het onderzoek naar Marktplaats dat er snel afgerekend moet kunnen worden zonder veel moeite, en verkopende partijen willen een product snel en zonder moeite kunnen aanbieden om deze snel te kunnen verkopen.

Hoe kan INDI de nieuwe doorverkoop mogelijkheid kenbaar maken op INDI.nl voor zowel aanbod- als vraagzijde op INDI.nl?

Aller eerst is het aan te bevelen om de doorverkoop functie enkel aan te bieden aan de business klant, dus enkel B2B. Dit omdat de grootste klantgroep van INDI de zakelijke klanten zijn. Verder zorgen verkopen door consumenten voor boekhoudkundige moeilijkheden.

Homepagina en categorie

In het geval dat het doorverkoopplatform er komt, is het als eerste van belang dat er producten gepubliceerd worden. Om mensen kennis te laten maken met het doorverkoopplatform is het handig om een banner te plaatsen op de homepagina die voornamelijk inzet op het publiceren van producten. De homepagina is een plek waar nagenoeg iedere INDI bezoeker als eerste terecht komt en heeft daarom het grootste bereik. Daarnaast maken zowel Mediamarkt als HelloTV gebruik van deze methode.

Verder om de vindbaarheid te vergroten door een aparte categorie te gebruiken voor de opnieuw aangeboden producten, die terug te vinden is in het menu.

Als laatste, aangezien de gebruikers van INDI die een intentie hebben om iets te retourneren, maar er wellicht achter komen dat zij niet in aanmerking komen voor een retournatie, is het aan te bevelen hen door te verwijzen naar de product aanmeldpagina voor opnieuw aangeboden producten. Dit in de vorm van bijvoorbeeld een link.

Daarnaast is het ook handig om een pagina te creëren waar het duurzaamheidsconcept uitgelegd wordt, zoals Coolblue dit bijvoorbeeld doet. Ook is het aan te bevelen hier de voorwaarden neer te zetten zodat alles op één plaats staat.

Aanmelden producten

Laagdrempeligheid is iets waar INDI naar streeft op het doorverkoopplatform. Daarom is het belangrijk dat om gebruikers zo ver te krijgen om producten te publiceren, dit zo laagdrempelig mogelijk is. Aangezien de producten al bestaan op INDI.nl en er enkel een paar toevoegingen bijkomen, is het bevorderlijk om producten te kunnen synchroniseren, zodat de beschrijvingen en productfoto's één op één overgenomen worden. Bij vier van de vijf onderzochte webshops, zijn de beschrijvingen en productfoto's één op één overgenomen. Daarnaast bevordert dit de theorie van de complete beschrijvingen en de expliciet genoemde wens vanuit de potentiële gebruikers om goede uitgebreide beschrijvingen te hebben.

Één van de zes respondenten gaf nadrukkelijk aan het prettig te vinden foto's van een opnieuw aangeboden product te getoond te hebben bij de productpagina. Deze wens ligt tevens in lijn met het zo klein mogelijk houden van de kloof tussen verwachting en werkelijkheid. Daarom is het aanbevolen een foto uploader toe te voegen aan de product aanmeldpagina, zodat klanten een zelfgemaakte foto van het product kunnen uploaden.

Om aan een complete beschrijving te voldoen is het belangrijk om te vermelden wat de staat is van het product dat zij verkopen. Aangezien het in eerste instantie enkel producten betreffen die ongebruikt zijn, maar wel uit de verpakking gehaald zijn, ligt het in de lijn der verwachtingen dat dit enkel 'zo goed als nieuw' producten zijn. Grote kans dat er gebruikers zijn die bij opnieuw aangeboden producten een tweedehands indruk krijgen is het toch belangrijk dit te benoemen op de productpagina. Daarom is het aanbevolen om een veld te implementeren die de mogelijkheid geeft om de staat van het product te classificeren met voorgeprogrammeerde mogelijkheden zoals 'als nieuw', 'lichte gebruikssporen' en 'zichtbare gebruikssporen'.

Om aan te geven wat de staat van de verpakking is, is een 'Toelichting staat van verpakking' veld aanbevolen, deze kunnen geclassificeerd worden in 'ontbreekt', beschadigd, 'geopend maar als nieuw', en 'ongeopend', overgenomen uit de tweedekansen van Coolblue. Ook is het aanbevolen om aan te geven of het product compleet is, deze aanbevelingen hebben allemaal betrekking op de compleetheid van de beschrijving en het verkleinen van de kloof tussen verwachting en werkelijkheid.

Daarnaast moet er ook een prijs bepaald worden. In verband met wet- en regelgeving is de verkoper verantwoordelijk voor de prijszetting. Wanneer INDI de prijs zou bepalen in de vorm van bijvoorbeeld een kortingspercentage dan bemoeit INDI zich met de koopovereenkomst en worden ze onderdeel van de koopovereenkomst met alle rechten en plichten die daarbij komen kijken.

Als extra mogelijkheid om eventuele afhakers toch mee te krijgen, doordat hun naam openbaar gemaakt wordt, een mogelijkheid tot anonimisering tot de transactie plaatsvindt. Overigens geeft geen één van de respondenten aan het openbaar worden van de naam als vervelend te ervaren. Deze functionaliteit heeft dan ook geen hoge prioriteit.

Productpagina nieuwproduct

Link naar opnieuw aangeboden product rondom de 'in winkelwagen' knop met de vanaf prijs van het goedkoopste product, omdat grotendeels aangeeft dat de motivatie voor het kopen van een opnieuw aangeboden product, prijsvoordeel is en op deze manier geeft dit een extra impuls om de opnieuw aangeboden producten te bekijken.

Productpagina opnieuw aangeboden product

Wanneer INDI geen aansprakelijkheid wil voor eventuele situaties die voortkomen uit de koopovereenkomst, is het belangrijk dat INDI zich niet als verkoper presenteert in het verhaal. Daarom is het aanbevolen om middels de 'Verkoop door: ...' op de productpagina van het opnieuw aangeboden platform ook de inkoper duidelijk te maken dat INDI in dit specifieke geval niet de verkoper is. Dit is enkel wanneer er gekozen wordt voor optie 1 (zie conclusie transactieproces).

Naast dat de aanbieder de mogelijkheid moet hebben om een foto te uploaden moet deze ook getoond worden op de productpagina. De redenatie voor deze keuze staat onder 'Aanmelden producten'.

Ook de opvallende kenmerken die ingevuld kunnen worden moeten getoond worden op de productpagina onder apart tabblad met de opvallende kenmerken zoals, toelichting staat van het product, toelichting staat van de verpakking en of het product compleet is. De redenatie voor deze keuze staat onder 'Aanmelden producten'. Als laatste een tabblad met 'Overige bijzonderheden' die de verkoper de kans biedt om nog extra's toe te voegen om de beschrijving eventueel nog completer te maken.

Verder moeten de beschrijvingen en productfoto's van het nieuw product gesynchroniseerd worden met de opnieuw aangeboden producten om de productpagina compleet te maken en te voldoen aan de volledigheid van de informatie. Één van de respondenten gaf overigens nadrukkelijk aan de beschrijvingen van INDI als compleet te ervaren (Te lezen in 'Bijlage 1: Interview Ronald Groot (MMG)').

Extra's

Als extra functionaliteiten is het als eerste belangrijk dat aanbieder en koper op een laagdrempelige manier met elkaar in contact kunnen komen. Omdat de algehele koop op

INDI.nl plaatsvindt is het aan te bevelen om een chat functie te integreren die aanbieder en koper met elkaar in contact brengen.

Één van de respondenten geeft nadrukkelijk aan het belangrijk te vinden dat wanneer het een opnieuw aangeboden product betreft dit terug te vinden is op de factuur. Manieren om dit te behalen is door de orderregel referentie of in de titel. Om dit te bevorderen kan dit opgenomen worden in de factuur instructies beschreven in paragraaf 4.3.

INDI heeft in deze transacties weinig zicht op de staat van het product, hoe de levering is en of wat er gepubliceerd wordt ook overeenkomt met wat er verzonden is. In de interviews komt naar voren dat de positieve en negatieve reacties ongeveer 50/50 zijn. Om als INDI zijnde bovenstaande elementen te kunnen meten en toch zicht te krijgen op de voortgang van het platform is het aan te bevelen toch een reviewsysteem in te bouwen met voorgeprogrammeerde antwoorden en een antwoord veld waar eigen antwoorden ingevuld kunnen worden, in de vorm van een 'laat ons weten hoe de aanschaf verliep'. Deze wordt vervolgens niet gepubliceerd op een pagina waar het zichtbaar is voor de klant, aangezien de helft van de respondenten aangeeft dit niet als bevorderlijk te zien.

Tabel 5.1: Opgesomd de opvallendheden van de opnieuw aangeboden product pagina's per webshop

Coolblue	Bol.com	Mediamarkt	Bax Music	HelloTV
'Tweedekans' in de titel	Pop-up i.p.v. productpagina met algemene retourdeal informatie en een 'in winkelwagen' knop	Aparte MediaMarkt Outlet webshop.	[B-Stock] in de titel vermeldt	Vermelding in de titel
Staat van het product in één van de drie gradaties	Gepresenteerd in een blok onder de 'in winkelwagen' knop.	In winkelwagen pop-up met bijzonderheden per kant van de outletdeal.	Apart tabblad met informatie over B-Stock (staat, compleet en originele verpakking)	Vermelding geretourneerd product of demomodel
Foto van de opvallende kenmerken	Retourdeals worden getoond enkel via het nieuwproduct.	MediaMarkt Outlet blok halverwege de homepagina.	Foto's van het teruggekomen product samen met de productfoto van het nieuwproduct	Geen exacte omschrijving van de bijzonderheden
Toelichting op staat van het product			B-Stock producten in de zoekresultaten terug te vinden	'Beschikbaar als buitenkansje voor ...,-' link boven de 'in winkelwagen' knop

Toelichting gebruikssporen/schade (indien nodig)			Onder 'In winkelwagen' knop B-Stock link	Homepagina banner 'Profiteer van onze buitenkansjes'
Voordelige Tweedekans' link onder de prijs			Aparte categorie voor B-Stock artikelen onderverdeeld in subcategorieën	
Tweedekans in 'blader door categorieën' op homepagina				
Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product		Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product	Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product	Eén op één overgenomen beschrijving van nieuw product

Hoe moet de betaling tussen de verkopende- en inkopende partij verlopen op het nieuwe online-platform?

Uit de interviews is gebleken dat de meerderheid aangeeft op factuur te willen betalen. Verder geeft één interview expliciet aan direct via iDeal te willen betalen. Om het doorverkoopplatform voor de grootste doelgroep haalbaar te maken, is het van belang dat beide opties mogelijk zijn. Verder geeft INDI aan te willen richten op laagdrempelig en zonder aansprakelijkheid. Daarnaast geeft de overgrote meerderheid aan de transactie via het INDI-account te willen laten verlopen.

Er zijn twee opties geconcludeerd uit het onderzoek die een conflict met de wet- en regelgeving voorkomen. Deze staan hieronder weergegeven:

Optie 1:

Geen aansprakelijkheid:

1. INDI stelt zich op als Payment Service Provider (third-party).
2. Noodzakelijk is dat INDI gebruikersvoorwaarden opstelt speciaal voor het doorverkoopplatform, waarin beschreven staat dat zij niet aansprakelijkheid zijn voor situaties die voortkomen uit de koopovereenkomst, waaronder de transactie en verzending. De huidige privacy verklaring van INDI kan behouden worden. Daarnaast moet INDI duidelijk maken voordat de koopovereenkomst plaatsvindt dat in het geval een opnieuw aangeboden product verkocht wordt door een particulier dat de koper dan niet beschermd wordt door het consumentenrecht. Al deze documenten moeten voor de koopovereenkomst ter hand gesteld worden aan zowel aanbieder als koper.
3. Vervolgens sluiten de aanbieder en de koper een koopovereenkomst op het doorverkoopplatform.
4. De aanbieder is in dit geval verantwoordelijk voor een goede verzending, garantie en retournering (mits het B2C betreft, bij C2C, B2B en C2B gaat het consumentenrecht

niet op). Overigens kan bij B2B het herroepingsrecht en garanties wel opgenomen worden, maar dit is aan de verkopende partij.

5. De aanbieder moet zelf een factuur creëren wanneer het een bedrijf betreft. Dit omdat wanneer INDI een factuur zou willen opstellen, zij onderdeel moeten zijn van de koopovereenkomst. Een optie om de laagdrempeligheid te bewaken is een INDI Factuur Print Service aan te bieden, waarbij gegevens uit het business account worden overgenomen om op deze manier een factuur op te stellen met één druk op de knop.
6. Vervolgens moet de aanbieder deze uploaden in de chatfunctie beschreven in 'Extra's' (publicatieproces). Om de aanbieder te herinneren aan deze actie zijn emailnotificaties aan te bevelen.
7. INDI int het geld en neemt zelf de dekking kosten en keert de rest uit d.m.v. een verrekening op de rekening courant aan de aanbieder.
8. INDI verstuurt een factuur van de kosten aan de verkopende partij. Dit om de inkomsten van het doorverkoopplatform in te kunnen boeken.
9. INDI keert het aankoopbedrag minus de transactie- en verzendkosten uit in geld en stuurt geen factuur uit naam van INDI i.v.m. het onderdeel worden van de koopovereenkomst.

Optie 2:

Wel aansprakelijk:

1. INDI stelt zich op als de verkopende partij.
2. Producten worden gepubliceerd uit naam van INDI.
3. Omdat INDI de verkopende partij wordt vindt de koopovereenkomst plaats tussen INDI en de koper.
4. INDI is daarmee verantwoordelijk voor een juiste verzending, garantie en retournering (mits het B2C betreft, bij C2C, B2B en C2B gaat het consumentenrecht niet op).
5. INDI int het geld en verstuurt een factuur vanuit hun eigen naam
6. INDI trekt de dekkingskosten van het bedrag af en keert dit uit in de vorm van een credit/kortingscode/tegoed. Dit is mogelijk omdat de koopovereenkomst al is gesloten tussen INDI en de inkopende partij, dus het uitkeren aan de aanbieder is geen onderdeel van de koopovereenkomst in tegenstelling tot optie 1.
7. De verkoper die uit naam van INDI handelde verstuurt het artikel en regelt een juiste verzending.

Optie 1 heeft de voorkeur aangezien deze optie INDI vrijpleit van aansprakelijkheid omtrent het doorverkoopplatform. Aangezien INDI geen zicht heeft op hoe de transactie en levering verloopt is het risicovol om als INDI zijnde henzelf aansprakelijk te stellen voor handelingen waar geen zicht op is. Het nadeel met optie 1 is dat, om geen aansprakelijkheid te dragen voor transacties op het doorverkoopplatform een stukje laagdrempeligheid verloren gaat om conflicten met de wet te voorkomen. De keuze is afhankelijk van wat zwaarder weegt, laagdrempeligheid of geen aansprakelijkheid. Daarnaast om retouren en garanties vanuit het doorverkoopplatform te integreren in het proces zorgt voor het nodige extra werk.

Hoe verloopt het proces om product X van klant A naar klant B te krijgen en wat is de rol van INDI daarin?

In de afgenomen interviews komt naar voren dat drie van vier het verzendproces in de het eigen proces kunnen integreren en daarmee waarschijnlijk geen gebruik maken van de eventuele faciliteiten die INDI hen biedt. Daarnaast maakt Bol.com gebruik van Verzenden via Bol.com waarbij verkopers via bol.com gebruik kunnen maken van het bol.com

verzendsnetwerk. Wanneer deze kennis gecombineerd wordt, rollen daar twee mogelijkheden uit voor INDI hoe het logistieke proces geregeld kan worden.

Om snelle levering te bevorderen, email notificaties.

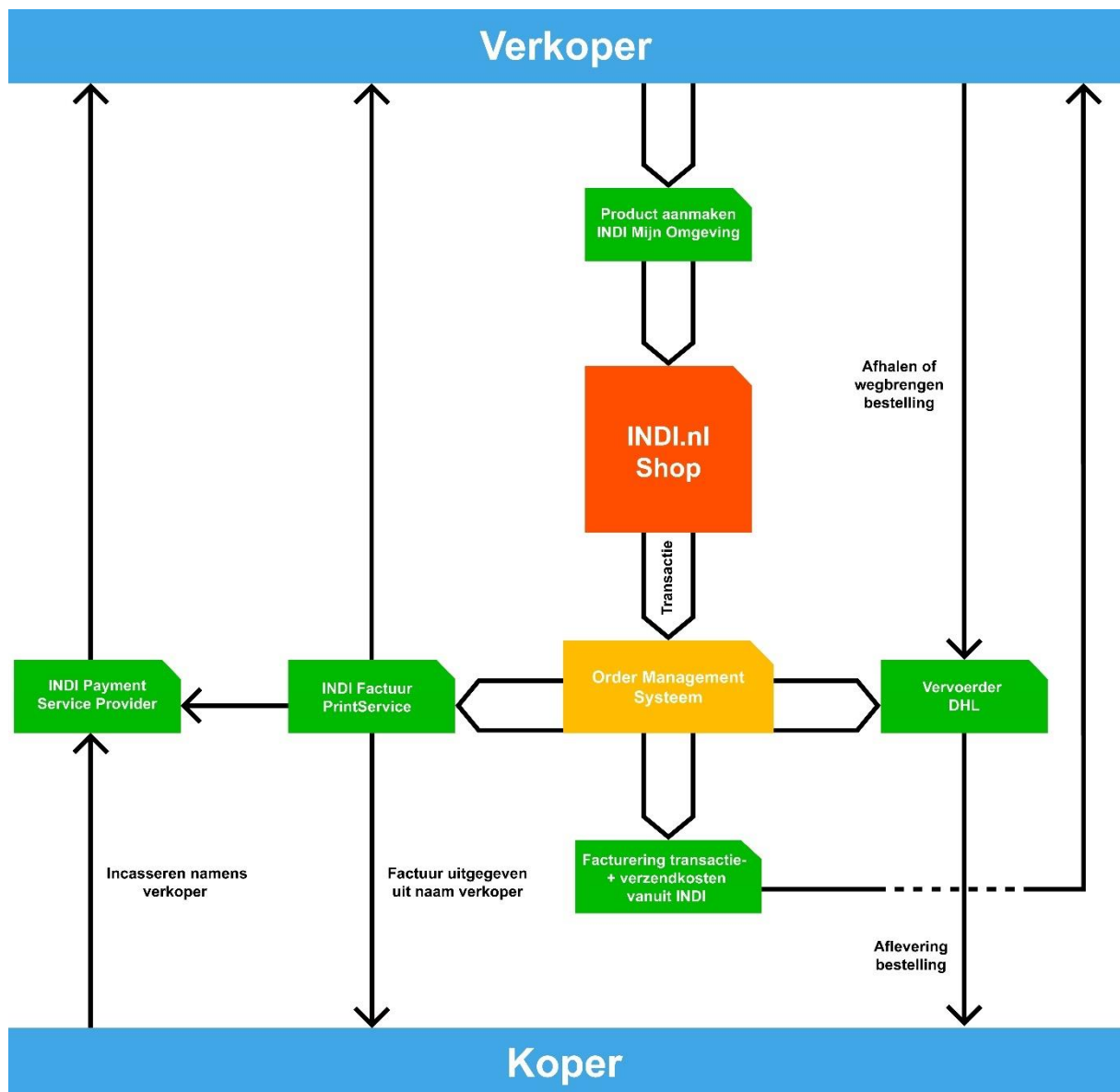
1. INDI stelt zich op als third-party in de verzending.
2. INDI neemt het aansprakelijkheid beding omtrent Verzenden via INDI op zoals Bol.com dat heeft gedaan in art. 9 en toont dit voordat de koopovereenkomst heeft plaatsgevonden. Indien INDI geen onderdeel is van de koopovereenkomst.
3. INDI verstuurt een automatisch gegenereerde verzendlabel nadat de koopovereenkomst heeft plaatsgevonden.
4. INDI is daarmee niet aansprakelijk voor eventuele schade opgelopen tijdens de verzending.
5. De aanbieder verstuurt het artikel en is verantwoordelijk voor een goed aangekomen pakket. Om snelle levering te bevorderen is het aan te bevelen om e-mailnotificaties te versturen.

Optie 2:

1. INDI stelt zich op als de verkopende partij in de koopovereenkomst
2. INDI kan het aansprakelijkheidsbeding niet opnemen omdat de wet in art. 7:11 BW stelt dat de verkoper verantwoordelijk is voor een juiste levering.
3. INDI verstuurt een automatisch gegenereerde verzendlabel nadat de koopovereenkomst heeft plaatsgevonden. INDI is aansprakelijk voor eventuele schade en of het verdwijnen van een pakket verzonden door de externe verkoper.

Wederom heeft optie 1 de voorkeur aangezien INDI zich bij optie 2 aansprakelijk stelt voor een verzending die niet door INDI verricht wordt. Daardoor is het té risicovol om aansprakelijkheid te dragen voor iets waar weinig zicht op is. Het logistieke proces en het transactieproces zijn nauw verbonden wanneer het aankomst op welke optie gekozen wordt.

Process Flow Chart



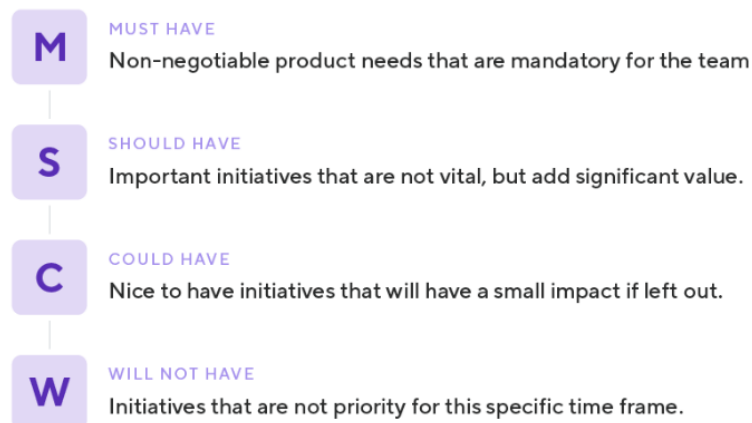
Haalbaarheid

Op het gebied van haalbaarheid is gesproken met Jesse Kuiper, productowner bij INDI. Om te bepalen of de aanbevelingen ook daadwerkelijk haalbaar zijn, zijn deze beoordeeld. Zo kwam naar voren dat de aanbevelingen haalbaar moeten zijn, de exacte hoe is nog een vraag en daar kan een eventueel vervolgonderzoek naar gedaan worden. Enkel de standaard prefix in de titel is moeilijk te realiseren, maar zou wanneer het enkel gaat om het terugvinden van een opnieuw aangeboden product ook met een orderregel referentie gedaan worden (J. Kuiper, persoonlijke communicatie, 31-05-2023)

MosCow model

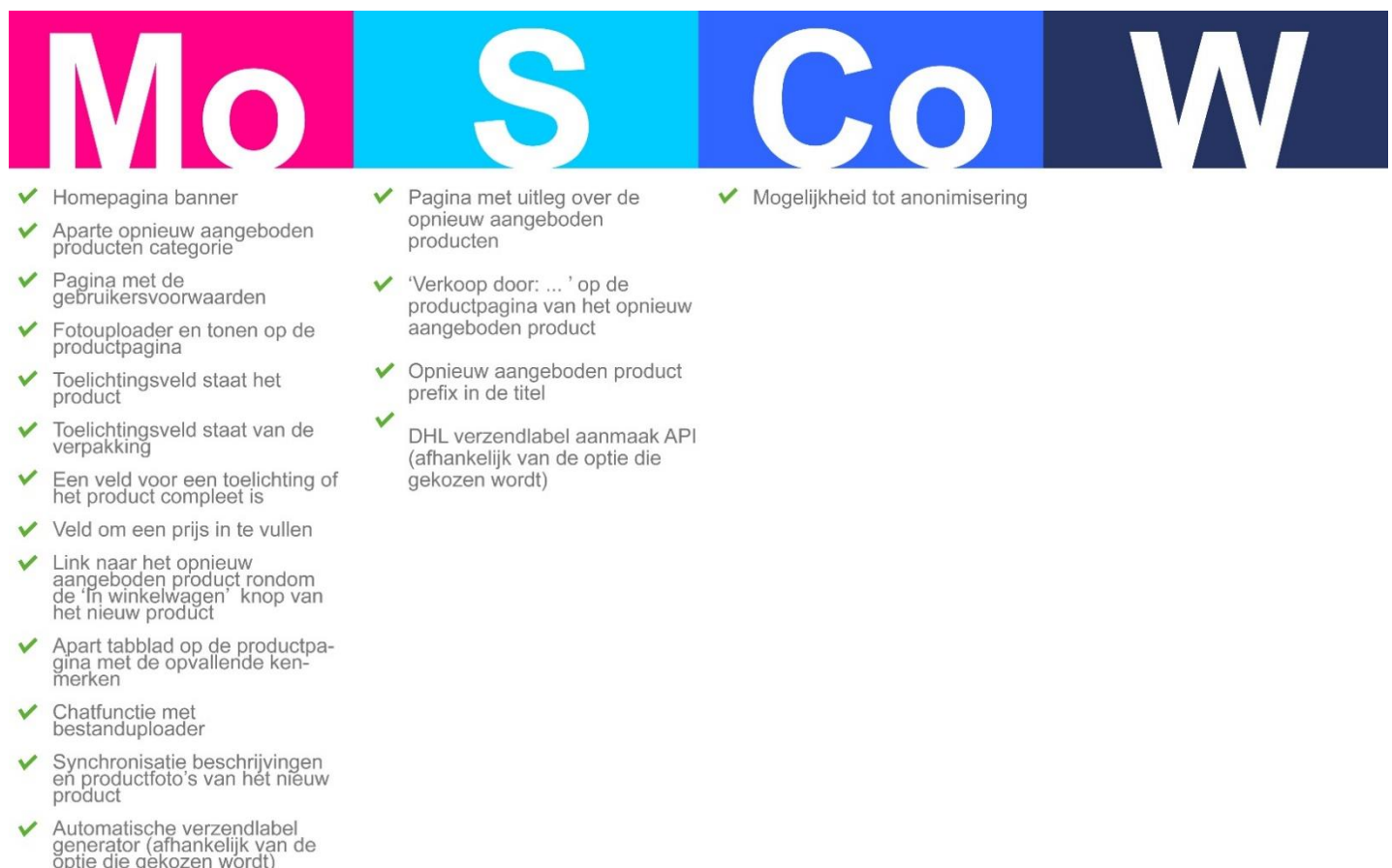
MoSCoW-prioritering, ook wel bekend als de MoSCoW-methode of de MoSCoW-analyse, is een populaire prioriteringstechniek om categorieën te prioriteren. MoSCoW staat voor vier

categorieën: must-have, should-have, could-have, en won't-have. In onderstaande afbeelding is een uitleg gegeven van elk van de letters. (Productplan, z.d.)



De onderdelen die besproken zijn in het hoofdstuk 'Conclusies en aanbevelingen' zijn hieronder geprioriteerd op basis van impact op het slagen van het project

Afbeelding 5.1: MoSCoW model INDI doorverkoopplatform



Afbeelding 5.1: MoSCoW matrix aanbevelingen INDI

6. Discussie

Om de informatie te vergaren die nodig was om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden zijn er verschillende onderzoeksmethoden gehanteerd. Er is gekozen om interviews af te nemen om niet abstracte data te verkrijgen, maar ook het verhaal er achter te weten te krijgen en eventueel door te vragen. De methoden die gehanteerd zijn, zijn databaseonderzoek naar soortgelijke onderzoeken, in dit onderzoek komt het onderzoek naar Marktplaats naar voren. Verder is er gekeken naar vergelijkingsmateriaal, hoe pakken andere bedrijven een soortgelijk project aan. Zo is er veel inspiratie opgedaan van Bol.com

Er zijn zes interviews gehouden met klanten die geïnteresseerd waren in het gebruik van het platform. Het oorspronkelijke idee was om de respondentenlijst uit het onderzoek van Philip ter Kuile te gebruiken, maar dit verliep anders dan verwacht. Zo was de animo voor een interview niet hoog.

Discussiepunten die naar boven zijn gekomen in het onderzoek zijn kannibalisering en een eigen verdienmodel over de rug van INDI. Alle eerst de kannibalisering. Dit is eerder in het onderzoek al naar voren gekomen, maar het wordt in de discussie nog kort besproken. Bij zo'n doorverkoopplatform is het mogelijk dat INDI eigen verkopen kannibaliseert door goedkopere opnieuw aangeboden producten aan te bieden. Deze inkomsten gaan naar de aanbieder en niet naar INDI. Op deze manier is het mogelijk dat een klant in eerste instantie een nieuw product wilde aanschaffen maar vervolgens het opnieuw aangeboden product aanschaf en op deze manier omzet misloopt.

Als tweede en tevens als laatste, tijdens de interviews kwam naar voren dat verschillende klanten van INDI verschillende kortingen hebben. Het gevaar dat hiermee op de loer ligt op het doorverkoopplatform is dat klanten met hoge kortingen deze tegen minder hoge kortingen op het doorverkoopplatform doorverkopen. Om een voorbeeld te schetsen, een klant heeft een korting van 30% en koopt een product van normaal €100, maar voor deze specifieke klant dus €70. Wanneer deze klant dit product als nieuw verkoop tegen bijvoorbeeld 10% korting (dus €90), verdient de klant €20 over de rug van INDI. Op deze manier is het mogelijk om een eigen verdienmodel op te zetten op het doorverkoopplatform van INDI.

Verder met betrekking op een eventueel vervolg onderzoek. Voor een eventueel vervolg onderzoek kan INDI denken aan een IT onderzoek om te onderzoeken hoe de aanbevelingen exact uitgevoerd moeten gaan worden. De haalbaarheid is getoetst in dit onderzoek en de aanbevelingen zouden haalbaar moeten zijn.

Literatuurlijst

ARBO centrum (z.d.) Wat wordt er verstaan onder transport en logistiek? Geraadpleegd van <https://www.arbocentrum.nl/kennisbank/wat-wordt-er-verstaan-onder-transport-en-logistiek/>

Bax Music (z.d.) Wat is B-Stock? Geraadpleegd van <https://www.bax-shop.nl/wat-is-b-stock>

Benders, L. (2022) Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie. Geraadpleegd van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit-en-betrouwbaarheid-vaststellen-scriptie/>

Benson, S. (z.d.) Leveraging Mental Models in UX Design. Geraadpleegd van <https://www.toptal.com/designers/user-experience/mental-models-ux-design>

Bolmate (z.d.) Zakelijk verkopen op Bol.com: waar moet je op letten? Geraadpleegd van <https://bolmate.nl/zakelijk-verkopen-op-bol-com-waar-moet-je-op-letten/#:~:text=De%20bol%20partner%20verkoper%20is,gemakkelijk%20te%20doen%2C%20zie%20hieronder.>

Bol.com (z.d.) Algemene voorwaarden kopen bij andere verkopers. Geraadpleegd van <https://www.bol.com/nl/nl/m/voorwaarden-kopenbijandereverkopers/#:~:text=Bol.com%20is%20niet%20aansprakelijk,wie%20deze%20informatie%20wordt%20verstekt.>

Bol.com (z.d.) Commissie. Geraadpleegd van <https://partnerplatform.bol.com/nl/hulp-nodig/financien/de-commissie/>

Bol.com (z.d.) Gebruikersvoorwaarden verzenden via bol.com. Geraadpleegd van <https://www.bol.com/nl/nl/m/gebruikersvoorwaarden-verzenden-via-bol-com/#:~:text=Met%20uitzondering%20van%20het%20bepaalde,van%20Verzenden%20via%20bol.com.>

Bol.com (z.d.) Retourdeals. Geraadpleegd van <https://www.bol.com/nl/nl/i/-/192305/#:~:text=Retourdeals%20zijn%20bol.com%20artikelen,en%20met%20een%20goede%20korting!>

Circulair inkopen (2022) R-ladder: wat is het en wat kun je ermee? Geraadpleegd van <https://ikwilcirculairinkopen.nl/de-r-ladder-wat-is-het-en-wat-kun-je-ermee/>

Coolblue (z.d.) Tweedekans. Geraadpleegd van <https://www.coolblue.nl/tweedekans>

Duurzaam ondernemen (z.d.) Wat is MVO? Geraadpleegd van <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/info/wat-is-mvo/>

EEB (25 okt 2023) Wasteful destruction of unsold goods must be banned, NGOs urge the EU. Geraadpleegd van <https://eeb.org/wasteful-destruction-of-unsold-goods-must-be-banned-ngos-urge-the-eu/>

Ferreira, C. (2023) What Is Dropshipping and How Does It Work? (2023). Geraadpleegd van <https://www.shopify.com/blog/what-is-dropshipping>

HelloTV (z.d.) Buitenkansjes. Geraadpleegd van <https://www.hellotv.nl/buitenkansjes>

Homburg, L. (2021) Wat zijn logistieke processen. Geraadpleegd van <https://www.nabuurs.nl/kennisbank/wat-zijn-logistieke-processen/>

INDI (2023). Over ons. Geraadpleegd van <https://www.indi.nl/nl-nl/over-indi>

INDI (2023). Verzenden en retourneren. Geraadpleegd van <https://www.indi.nl/nl-nl/klantenservice/verzenden-en-retourneren>

Kramp (2023). Over Kramp. Geraadpleegd van <https://www.kramp.com/shop-nl/nl/i/over-kramp>

KVK (8 april 2021) Bedenktijd bij verkoop. Geraadpleegd van <https://ondernemersplein.kvk.nl/bedenktijd-bij-verkoop/>

KVK (13 jan 2022) Consumentenrecht: uw rechten en plichten als verkoper. Geraadpleegd van <https://ondernemersplein.kvk.nl/consumentenrecht-uw-rechten-en-plichten-als-verkoper/>

KVK (29 april 2022) Garantie geven. Geraadpleegd van <https://ondernemersplein.kvk.nl/garantie-geven/>

Marktplaats (z.d.) Consumentenrecht. Geraadpleegd van <https://help.marktplaats.nl/s/article/consumentenrecht>

McPherson, A. (20 maart, 1992) Managing the supply chain for competitive advantage. Geraadpleegd op 2 maart 2023 van <https://ieeexplore-ieee-org.nlhlg.idm.oclc.org/xpl/conhome/1474/proceeding>

Mediamarkt (z.d.) Over Mediamarkt Outlet. Geraadpleegd van https://outlet.mediamarkt.nl/index.php?route=information/information&information_id=4

Nederlands Woordenboek (z.d.) de transactie. Geraadpleegd op <https://www.woorden.org/woord/transactie>

Nederlands Woordenboek (2023) Kannibalisatie. Geraadpleegd van <https://www.woorden.org/woord/kannibalisatie>

Overheid.nl (18 februari, 2023) Burgerlijk Wetboek Boek 7. Geraadpleegd van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0005290/2023-02-18>

Productplan (z.d.) MoSCoW Prioritization. Geraadpleegd van <https://www.productplan.com/glossary/moscow-prioritization/>

Rearnes, L. (2020) Remanufacture vs. Repair: What is the Difference? Geraadpleegd van <https://htscoatings.com/blogs/our-craft-our-culture/remanufacture-versus-repair#:~:text=Repair%20means%20to%20restore%20by,%2C%20revise%2C%20or%20renew%20thoroughly>

Recycling Nederland (2020) PET flessen. Geraadpleegd van <https://recyclingnederland.nl/artikelen/pet-flessen/>

Rijksoverheid (z.d.) Werking circulaire economie. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/circulaire-economie/werking-circulaire-economie>

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (2020) R-ladder - Strategieën van circulariteit. Geraadpleegd van <https://www.rvo.nl/onderwerpen/r-ladder>

Silitonga, N. (2022) Everything You Need To Know About Manufacturing Logistics. Geraadpleegd van <https://www.dropoff.com/blog/everything-you-need-to-know-about-manufacturing-logistics/#:~:text=Manufacturing%20logistics%20is%20the%20process,warehouses%2C%20and%20goods%20to%20customers.>

Ter Kuile, P.F.R. (2022). *Stop de verspilling*, Hanzehogeschool Groningen. Scriptierepository. Geraadpleegd op 16 februari 2023 van [https://indibv.sharepoint.com/:w:/r/sites/indialgemeen/_layouts/15/doc2.aspx?sourcedoc=%7BF88F9B7F-3AF1-490B-A518-7596F37A72A1%7D&file=Scriptie%20INDI%20final%20version%20Philip%20ter%20Kuile%205.0%20\(1\).docx&action=default&mobileredirect=true&DefaultItemOpen=1&ct=167654488](https://indibv.sharepoint.com/:w:/r/sites/indialgemeen/_layouts/15/doc2.aspx?sourcedoc=%7BF88F9B7F-3AF1-490B-A518-7596F37A72A1%7D&file=Scriptie%20INDI%20final%20version%20Philip%20ter%20Kuile%205.0%20(1).docx&action=default&mobileredirect=true&DefaultItemOpen=1&ct=167654488)

[1783&wdOrigin=OFFICECOM-WEB.MAIN.EDGEWORTH&cid=af0b93d1-c863-47dc-93d8-421f31217a8b](#)

TQP (2022) Process flow chart in manufacturing | Symbols for process flow chart. Geraadpleegd van <https://techqualitypedia.com/process-flow-chart-in-manufacturing/>

Twin, A. (2022) Third-Party Transaction Definition, How It Works, Examples. Geraadpleegd van <https://www.investopedia.com/terms/t/third-party-transaction.asp#:~:text=What%20is%20a%20Third%2DParty,the%20type%20of%20business%20transaction.>

Bijlagen

Bijlage 1: Interview Ronald Groot (MMG)

Nick Borg | INDI: Staat de opname nu aan? Nou, allereerst ben ik wel benieuwd binnen welke sector u werkzaam bent.

Ronald Groot | MMG: De sector handige jongens in de techniek.

Nick Borg | INDI: Hahaha, oké.

Ronald Groot | MMG: Nee, metaaltechniek en machinebouw en engineering en machineonderhoud, we zijn een niet heel groot bedrijf, lekker breed ingezet en wij hebben een hekel aan series en wij zijn gek op maatwerk constructies en kleine constructies.

Nick Borg | INDI: Oké, oké, dat klinkt heel tof in ieder geval.

Ronald Groot | MMG: Dat mogen we hopen.

Nick Borg | INDI: Ja, dan heb ik een vraag: wat doet u op dit moment met voorraad die u niet gebruikt, maar dat is dan niet voor van toepassing. Voor jullie even voor.??

Ronald Groot | MMG: Kijk, natuurlijk hebben wij ook een voorraad liggen en dat is, 80 procent hele algemeen onderdelen. Boutjes moertjes elektro componentjes dingen om snel onderhoud te plegen, oliën, kabels van alle soorten en maten. Maar dan, en dan is het zeg maar 20 of misschien richting 30 procent, zijn echt hele specifieke dingen die specifiek voor een bepaalde machine of een pomp werken. Het onderhoud voor begraaftplaats kranen bijvoorbeeld. Ja, die hebben een paar hele specifieke onderdelen waar best wel levertijd op zit. Ja, daar hebben wij een voorraad van. Maar dat is dan ook weer niet gauw voor jullie interessant, omdat, ja, dat is echt voor die machine gemaakt, dat is in verhouding een heel duur onderdeel, omdat het specifiek voor die machine is.

Nick Borg | INDI: Ja.

Ronald Groot | MMG: We hebben best wel voorraad, maar ja, we proberen het zo algemeen mogelijk te houden.

Nick Borg | INDI: Ja, ja, dat wordt bij elk onderhoud bijna wel gebruikt, denk ik, dus dat komt er ook wel doorheen.

Ronald Groot | MMG: Ja, we hebben een zolder van twee lagen en één laag is gewoon alleen maar dat soort werk en één laag is echt allemaal, ja of cilinders die over zijn van een klus of pompen, elektromotoren sommige dingen worden vervangen omdat er een sterker, zwaarder of iets anders mee moet gebeuren, efficiënter moet gebeuren. Ja, dan hou je wel

eens onderdelen over, maar ja, dat zou voor jullie best wel interessant zijn, maar dat is dan voor ons niet zo heel veel om echt aan te bieden denk ik.

Nick Borg | INDI: Nee, precies oké. En zijn jullie geïnteresseerd om wel onderdelen in te kopen. En wat is de voornaamste motivatie daarachter? Dat jullie eventueel wel geïnteresseerd zijn in tweede kans producten?

Ronald Groot | MMG: Om te noemen prijs en ook wel een tikje duurzaamheid. We hebben ook een aantal machines die bijvoorbeeld maar voor één klus gebruikt worden. En dan is het eigenlijk best wel zonde om een nieuw product te gebruiken. Dus dan is het, als het in prijs wat voordeliger is, wel interessant. En ja, waarom zou je een nieuwe kopen als voor deze klussen een gebruikt onderdeel ook prima voldoet?

Nick Borg | INDI: Ja, precies, oké mooi, mooie motivatie, en ook duurzaamheid. Dat is ook de voornaamste reden waarom INDI dit doet, om verspilling tegen te gaan. Want bijvoorbeeld producten die niet geretourneerd kunnen worden. Nou ja, die gaan dan vaak verloren en dat is gewoon zonde.

Ronald Groot | MMG: Dat vind ik heel mooi.

Nick Borg | INDI: Op welke manier zou u een factuur voor een opnieuw aangeboden product willen betalen? Dus dat kan zijn op factuur direct. Of je kunt zeggen van: het maakt mij niet uit, of op een hele andere manier?

Ronald Groot | MMG: Hè dan, ja, dan wordt het gewoon direct of gefactureerd misschien vanuit INDI dan, als tussenpersoon of hoe dan ook werkt, maar maakt niet zoveel uit.

Nick Borg | INDI: Nee, precies dus als u zo zegt van nou ja, als ik het direct kan betalen, vind ik dat ook prima.

Ronald Groot | MMG: Mits het wel gewoon als zakelijke transactie wordt behandeld, dus dat het op rekening kan of dat het gelijk afgetikt wordt.

Nick Borg | INDI: Ja, precies nee, dat is wel de bedoeling. Hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zowel de verkoper als inkoper? Dus dat houdt eigenlijk in, een soort van review systeem, Volgens mij gebruikt Marktplaats dat ook dat je kunt zien van hoe veel sterren iemand heeft bijvoorbeeld, of dat er een review achtergelaten kan worden.

Ronald Groot | MMG: Goed idee, dat helpt wel als je iemand, maar het heeft meer voordelen als nadelen, maar een groot nadeel daarvan is, dat het ook misbruikt kan worden. Dat iemand ook zei van ja, je moet het mij nu geven, en voorwaarden gaat stellen, want anders ga ik je een slechte waardering geven.

Nick Borg | INDI: Oh ja.

Ronald Groot | MMG: Uiteindelijk maakt dat wel uit, want mensen, als je erover twijfelt en dan soms kan de keuze gemaakt worden op iets heel pietluttigs eigenlijk, en dat kan dus ook zoiets zijn. Als je dan twee verkopers hebt die hetzelfde aanbieden, maar één heeft vier sterren en de ander maar één ster, ja, doe dan je die van vier sterren maar, want dan is die toch betrouwbaarder voor je gevoel.

Nick Borg | INDI: Ja.

Ronald Groot | MMG: Maar dat hangt dus ook weer van jullie af. Dat systeem van Marktplaats is toegankelijk voor iedereen, dus als je dan een platform hebt waar je alleen, als je met een KvK bijvoorbeeld ingeschreven moet zijn, dat is misschien dan wel iets serieuzer.

Nick Borg | INDI: Ja, nou ja het gaat wel klanten betreffen die specifiek INDI producten hebben ingekocht. Dus dat zijn wel klanten die ook al in ingekocht hebben, dat zijn vaak zakelijke accounts dus misschien is de betrouwbaarheid op die manier wel wat hoger dan bij Marktplaats.

Ronald Groot | MMG: Wat ik wel een goed dingetje vind van Marktplaats, het waarderen kost niet te veel tijd. Dus dan heb je bijvoorbeeld een gesprek met iemand gehad. En wat ik dan wel goed vind, is dat je dan dan de vragen krijgt: oké: hoeveel sterren wil je het geven? Noem wat, maar er staat ook: wat vond je goed? Wat vond je niet goed, maar dan kon je gewoon een paar knoppen indrukken van dit vond ik wel goed en dit vond ik wat minder goed. En dan is ook klaar, want mensen gaan niet hele reviews schrijven.

Nick Borg | INDI: Nee, nee, nee.

Ronald Groot | MMG: Tenzij ze ontevreden zijn, want dan.

Nick Borg | INDI: Ja, dan dan krijg je hele alinea's hahaha.

Ronald Groot | MMG: Ja, positief dan is het iets van, oké, reageert snel of zoiets. Dat soort dingen kun je dan aanklikken volgens mij, of prijs-kwaliteit was goed, weet je wel, snel afgehandeld, klik en klaar.

Nick Borg | INDI: Ja, precies oké, dat is wel een hele goeie dat u dat aangeeft dat is een leuke om naar te kijken. Nou ja, dan zijn we alweer bij de laatste vraag aangekomen, dat is: wat zouden redenen voor u kunnen zijn dat u zou afhaken met de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

Ronald Groot | MMG: Ja, omschrijving, met INDI heb ik toen het net in de lucht kwam, best al discussies gehad dat vaak net informatie of de omschrijving niet helemaal klopte of er miste of ontbraken. Wij gebruiken vaak onderdelen, die niet helemaal passen we hebben heel veel

prototype bouw. Dus dan is informatie belangrijk, stel we hebben twee elektromotoren maar het format kan bijvoorbeeld doorslaggevend zijn. Hoe groot is die of hoe lang is, omdat we die ergens willen passe. Als je dat dan niet kan vinden, moet ik zelf weer gaan googlen naar alles, dus als de omschrijving van INDI weer aan dat tweedekans artikel gekoppeld kan worden. Dat is dan perfect, want dan weet ik ook zeker dat ik het over hetzelfde heb.

Nick Borg | INDI: Ja, ja.

Ronald Groot | MMG: Maar die omschrijving is voor mij heel belangrijk, daar valt of staat het mee, of we het gaan gebruiken of niet. Als ik kan zien van oké het is het onderdeel wat ik zoek. Oh ja, inderdaad, de maat, en dat komt allemaal overheen. Dan bestellen we die toch.

Nick Borg | INDI: Want hoe vindt u nu de beschrijvingen.

Ronald Groot | MMG: Ja, dat is in de loop der tijd gewoon heel goed geworden en dat is waarom wij ook heel blij zijn. Of één van de grootste redenen. Omdat die omschrijving voor ons gewoon heel belangrijk is.

Nick Borg | INDI: Ja, precies ja.

Ronald Groot | MMG: Dat, dat helpt enorm.

Nick Borg | INDI: Als ik het goed begrijp, zou het eigenlijk het mooiste zijn als het tweede kans product gekoppeld wordt aan het nieuw product, dus dat gewoon de beschrijving etc. allemaal overgenomen wordt?

Ronald Groot | MMG: Ja, ik zit te denken waar ik, waar dat nog meer is.

Nick Borg | INDI: Ja, Coolblue is het ook wel.

Ronald Groot | MMG: Ja, ik zeg, ik vind het goed initiatief. Ik vind het wel interessant, zeker omdat wanneer je nieuwe producten koppelt aan tweedekans producten, aan de ene kant kun je zeggen van je ondermijnt een beetje je eigen markt en aan andere kant trek je misschien juist weer nieuw publiek aan.

Nick Borg | INDI: Ja, er is wellicht een stukje kanibalisering natuurlijk. Maar ze denken voornamelijk dat het juist wel weer nieuwe mensen aantrekt dat het op die manier zich wel weer rechtrekt als het ware.

Ronald Groot | MMG: Misschien ook wel meer particuliere markt, daar waar echt de de prijs doorslaggevend is.

Nick Borg | INDI: Ja.

Ronald Groot | MMG: Ja, vanuit het prototype bouwen is het heel interessant, omdat je dan iets gaat bouwen en je weet nog niet zeker of het werkt. Als je het budget dan een beetje laag kan houden, is het heel interessant.

Nick Borg | INDI: Ja.

Ronald Groot | MMG: En en voor eenmalige dingen.

Nick Borg | INDI: Ja, ja.

Ronald Groot | MMG: En dan heb je dus ook weer onderdelen, misschien kun je daar nog wat mee, dat als je op moment dat je het koopt, dat je een maandje later een bericht krijgt van. Ben je nog steeds tevreden?

Nick Borg | INDI: Ja, precies.

Nick Borg | INDI: Ja, dat is wel een hele goede. Ja, nou, ja, dat waren eigenlijk de vragen vanuit mij. Ik weet niet of u nog opmerkingen heeft, iets wat u wilt toevoegen.

Ronald Groot | MMG: Nee, nee, ik ben heel benieuwd. Ik ben benieuwd waar het op uitkomt of het voor jullie ook echt interessant is.

Nick Borg | INDI: Precies.

Ronald Groot | MMG: Ja, dat is dat is onze kant van het verhaal.

Nick Borg | INDI: Ja.

Ronald Groot | MMG: Specificaties vooral.

Nick Borg | INDI: Oke ik wil u bedanken dat u me te woord wilde staan. Hele goeie input hele handige dingen waar ik weer verder mee kan, mee aan de slag kan. Wellicht in de toekomst ziet u het platform voorbijkomen.

Ronald Groot | MMG: Ja.

Nick Borg | INDI: Goed, helemaal goed, heel erg bedankt.

Ronald Groot | MMG: Graag gedaan!

Bijlage 2: Interview René Driessen (VPG Scheepsservice BV)

Nick Borg | INDI

Allereerst wil ik u vragen binnen welke sector u werkzaam bent en wat u doet.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Wij zijn werkzaam binnen de sector scheepsreparatie, en dan moet je denken aan beroeps binnenvaart.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Mijn functie is bedrijfsinkoper, voorraadbeheer en magazijn.

Nick Borg | INDI

Oké helemaal goed. Wat doet u op dit moment met voor de voorraden? U had al eerder aangegeven dat jullie er vrijwel weinig sprake is van over voorraden.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja, wij hebben een basis voorraad van behoorlijk veel artikelen, waarvan er veel hardlopers zijn en ook een hele hoop die langzaam lopen. Maar die hebben wij nodig omdat wij een reparatiebedrijf zijn en die dus altijd op de schap hebben liggen. Een of twee op voorraad zodat je niet iedere keer apart hoeft te bestellen. Wij doen ook heel veel projectgebonden.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Tot wij ja spullen kopen voor een bepaald project. Ja, en die gaan daar dan ook op verwerkt worden en Dat is eigenlijk financieel gezien de grootste post.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI

Oké.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Veruit de grootste post zijn de spullen die toch niet gebruikt worden of toch anders zijn, wanneer we niet precies weten welke maat of hoe of wat. Die sturen wij eigenlijk altijd weer direct terug naar INDI.

Nick Borg | INDI

Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Voor het afsluiten van de klussen zijn die al weer retour.

Nick Borg | INDI

Precies dus.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Die houden wij dan ook niet meer.

Nick Borg | INDI
Dus in dat geval is het retourbeleid goed genoeg voor jullie.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Ja ja ja en dat werkt prima ja.

Nick Borg | INDI
Zou u geïnteresseerd zijn in een platform die u de mogelijkheid biedt om onderdelen door te verkopen?

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Dat wij onze overvloedige voorraad doorverkopen?

Nick Borg | INDI
Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Ja nee, daar hebben wij denk ik niet veel aan nee.

Nick Borg | INDI
Nee, nee, precies en zou u geïnteresseerd zijn in een platform die u de mogelijkheid biedt om onder onderdelen in te kopen?

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Dat dan weer wel ja, dat kan wel handig zijn. Zowel Misschien voor mijn voorraad en als de reguliere voorraad (de nieuwe producten) op is. Of het biedt een inkoopvoordeel voor een onderdeel waar wij van zeggen van ja, dat kunnen we gerust in een tweede kans onderdeel inzetten en dat de verpakking misschien niet intact is of tot er een krasje of een deukje op zit, dat is voor ons allemaal prima.

Nick Borg | INDI
Ja precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Dan zou ik daar wel een zekere in geïnteresseerd zijn, mits ik natuurlijk zeker weet dat het artikel compleet is en voldoet waaraan het moet voldoen

Nick Borg | INDI

Ja ja, dus hier hieruit maak ik ook al een beetje op wat de motivatie zou kunnen zijn om gebruik te gaan maken van het platform.

Nick Borg | INDI

Dus prijsvoordeel of als de reguliere voorraad niet op voorraad is bijvoorbeeld.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja ja.

Nick Borg | INDI

Helemaal goed, oké, dan gaan we door naar vragen specifiek voor de inkopende partij.

Nick Borg | INDI

Op welke manier zou u een factuur voor een opnieuw aangeboden product willen betalen? Dus dat kan zijn bijvoorbeeld op factuur, direct, dus bijvoorbeeld via iDeal. Of zegt u van, dat maakt mij in principe niet zo heel veel uit.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Dat maakt mij wel heel veel uit. Gewoon met de reguliere stroom mee. Wij hebben INDI een automatische incasso verstrekt. Dus INDI schrijft iedere twee weken volgens mij of iedere week...

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

...na twee weken automatisch de facturen van onze rekening af en ik zou dat graag gewoon met de normale stroom mee willen.

Nick Borg | INDI

Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Omdat het merendeel geen tweede kans is, Maar ik geen zin heb in een tweede factuur.

Nick Borg | INDI

Nee precies, dus u zou dat gewoon met de automatische incasso mee willen hebben.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja ja gewoon met de normale reguliere stroom en dan eventueel natuurlijk wel op de factuur en op de pakbonnen vermeldt dat het een tweede kans artikel betreft.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI

Ja helemaal goed. De volgende vraag, hoe belangrijk vindt u dat er een waarderingssysteem voor zowel verkoper als inkoper komt? Dat is eigenlijk om de betrouwbaarheid te waarborgen.

Nick Borg | INDI

Een review systeem bijvoorbeeld, daar kunt u aan denken.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja vind ik een lastige vraag.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Eigenlijk verwacht ik van INDI...

Nick Borg | INDI

Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

... als ik zie hoe professioneel INDI is en wat ze presteren, mag je als een compliment zien, ...

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

... verwacht ik ook dat als ze dit op gaan pakken en tweede kans producten aanbieden dat die wel gecontroleerd worden en juist en correct zijn.

Nick Borg | INDI

Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Daar ga ik van uit en ja, dan heb je in principe weinig aan reviews, vind ik.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Wat ik wel zou willen, is dat het in ieder geval wel aan de kwaliteitseisen voldoet en wanneer er bijzonderheden zijn dat dat in ieder geval weergegeven wordt op het artikel, of hoe dan ook.

Nick Borg | INDI

Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Maar in ieder geval wel, dat het wel gecontroleerd wordt en niet andere partijen spullen gaan terugsturen en zeggen, ja, ik heb er 20 teruggestuurd en die zijn nog wel goed. Niets gecontroleerd en krijg ik die 20 en dan blijkt dat er meer schade aan is of weet ik veel wat.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Dat stukje controle verwacht ik dan wel van INDI.

Nick Borg | INDI
Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Of in ieder geval ja een soort borging dat ik wel de juiste artikelen krijg die nog goed zijn.

Nick Borg | INDI
Dat de kwaliteit gewaarborgd wordt? Dat vindt u belangrijk. Oké, dan zijn we alweer bij de laatste vraag aangekomen en dit is eigenlijk meer een algemene vraag, wat zouden redenen voor u kunnen zijn dat u zou afhaken bij de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Kom ik eigenlijk weer terug op het eerste stukje kwaliteit en betrouwbaarheid Omdat wij in een service en reparatie branche zetten. Daarom passen nieuwe producten goed bij ons en kunnen we heel snel schakelen, hebben heel veel op voorraad kunnen snel leveren.

Nick Borg | INDI
Ja.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Als ik een artikel bestel, wat bijvoorbeeld niet meer in de reguliere voorraad is of aan een ja een leuk inkoop voordeel oplevert en ik bestel het en de schipper ligt er nog een of twee dagen en ik krijg s morgens mijn artikel en het blijkt toch ja kapot te zijn of toch niet? Ja, niet functioneel goed te zijn...

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
... ja, dan ben ik een gewoon een hele werkdag kwijt. Kijk, en Ik kan een schip daar niet op laten liggen.

Nick Borg | INDI
Nee nee.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV
Dus ja, ja, gewoon een stuk zekerheid dat het spul dat ik krijg gewoon goed is.

Nick Borg | INDI
Ja precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Dat is zo voor mij een reden zijn om dan op gegeven moment te zeggen van nou, het is dat tijd te krap wordt, dan doe ik geen tweede kans artikel.

Nick Borg | INDI

Oké, dus dat is wel heel belangrijk voor u.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja ja, betrouwbaarheid is heel belangrijk. En ja, Dat is eigenlijk wel een key issue hier voor ons voor ons bedrijf.

Nick Borg | INDI

Precies dus als ik het goed heb begrepen dan zijn leverbetrouwbaarheid en kwaliteit de twee punten waar het echt wel aan moet voldoen.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja en dan kun je wel zeggen dat we als inkoper misschien verkeerd gaan, maar prijs is in dat geval ondergeschikt aan kwaliteit en leverbetrouwbaarheid.

Nick Borg | INDI

Precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Als wij tijdens een reparatie de reparatietijd moeten verlengen door een stukje inkoop voordeel die niet nagekomen wordt, ja, dan zijn alle voordelen weg.

Nick Borg | INDI

Precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

En ook een stukje naar je klant toe. Als je je klant moet vertellen. Ja, Ik heb spullen wel besteld, maar niet gekregen of het was toch kapot? Ik kan vandaag niet maken, het blijft maar een dag langer liggen. Ja zo'n man die verdient geld door te varen. Ja, dan wordt hij daar ook niet vrolijk van zeg maar.

Nick Borg | INDI

Nee nee, klopt.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Dus dat zijn wel belangrijke dingen.

Nick Borg | INDI

Ja helemaal gelijk in. Dat waren voor zover mijn vragen. Ik weet niet of u nog aanvullingen heeft dat u denkt van oh ja, dit zou ik ook nog wel mee willen geven?

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Ja wat ik zei dat in ieder geval op zowel de pakbon als op de factuur vermeld staat dat het om een tweede kans product gaat. Ik doe zelf ook de voorraad administratie en de inkoopfacturen wegboeken en dergelijke voor een groot gedeelte.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Snap je, en dan kun je wel zeggen, dat onthoud ik. Maar ja, dat moet in het systeem zitten.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

En, dat zou ik dan het liefst zien als gewoon Als je op een nieuw artikel zoekt tot er dan ergens In het scherm staat. Tweede kans klik hier en dat je dan gewoon te zien krijgt dat er nog 4 zijn.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Weet ik veel en ja, als er eventueel bijzonderheden zijn dat die dan apart vermeld staan.

Nick Borg | INDI

Ja ja.

Nick Borg | INDI

Ja precies oké nee ja Dat is inderdaad heel belangrijk om mee te mee te nemen.

Nick Borg | INDI

Heeft u verder nog dingen?

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Nee, Ik denk dat dat betrouwbaarheid en Ik denk dat ik dat heel veel andere Mensen ook zou doen. Je moet een stukje vertrouwen opbouwen en dat doe je door betrouwbaarheid te leveren. En dan denk ik dat het best wel een goede kans van slagen heeft. Maar op het moment dat die kwaliteit niet gewaarborgd is en je niet zeker weet wat je gaat krijgen of het wel bruikbaar is, ja, dan denk ik dat het lastig wordt om het succesvol te worden

Nick Borg | INDI

Ja absoluut. Nou ja, dat zijn hele goede punten om mee te nemen en zal ik ook absoluut meenemen. Dan was dit het en dan wil ik u in ieder geval heel erg bedanken dat u me te woord wilde staan.

Nick Borg | INDI

En dan wil ik u een hele fijne dag verder wensen.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Graag gedaan, veel succes ermee en ja, Dat is leuk Als je kan helpen met je studie en met je onderzoek. Dat is hartstikke fijn.

Nick Borg | INDI

Ja heel erg bedankt. Fijne dag.

Rene Driessen | VPG Scheepsservice BV

Graag gedaan joh en heel veel succes met je project.

Bijlage 3: Interview Gerrit van der Pol (Van der Pol)

Nick Borg | INDI

Helemaal goed en dan beginnen we met de introductie, dus Ik ben eigenlijk wel benieuwd naar ja, binnen welke sector werkt u en wat doet u?

Gerrit van der Pol

Ja, Dat is moeilijk.

Gerrit van der Pol

Maar wij doen vuilniswagens, veegmachines en riool reinigingsmachines. Dus ja, Dat zijn zeg maar een paar bedrijven in Nederland.

Gerrit van der Pol

Dus en er komen alle stukken van techniek voor van hydroliek, pneumatiek, aandrijftechniek, aandrijvingen, dus eigenlijk alles.

Nick Borg | INDI

Ja, en zo zijn jullie ook bij INDI terecht gekomen voor die onderdelen.

Gerrit van der Pol

Ik ben gedwongen om naar INDI te gaan hahaha.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI

Mooi en u heeft aangegeven dat u voorraden heeft niet meer gebruikt.

Gerrit van der Pol

Ja.

Nick Borg | INDI

Ja, en wat doet u op dit moment met die voorraad?

Gerrit van der Pol

Ik probeer ze te verkopen en als het niet lukt, gooi ik ze weg.

Nick Borg | INDI

Ja ja en via welke kanalen doet u dat op dit moment?

Gerrit van der Pol

Ja gewoon naar mijn klanten.

Nick Borg | INDI

Oké oké dus u doet al een soort van aan het opnieuw aanbieden van producten.

Gerrit van der Pol

Ja of gewoon in de reparatie monteren.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Gerrit van der Pol

En ja, vooral oudere en alle kleine spullen. Ja, dat, daar heb ik zoveel van liggen dat ik dat ik niet eens op voorraad zet.

Nick Borg | INDI

Nee precies.

Nick Borg | INDI

Zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen door te verkopen.

Gerrit van der Pol

Ja eventueel wel ja.

Nick Borg | INDI

Oké en zou u dan ook geïnteresseerd zijn in een in platform dat u de mogelijkheid biedt om opnieuw aangeboden producten in te kopen?

Gerrit van der Pol

Nou, weet je wat het is met producten opnieuw aanbieden? Ik zie dat bij jullie al heel vaak.

Gerrit van der Pol

Dan krijg ik gewoon kapotte onderdelen binnen.

Gerrit van der Pol

En dat is dan of het verkeerde onderdeel in het verkeerde doosje. Dat is best wel moeilijk om dat te kunnen doen.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Gerrit van der Pol

Want ik stuur een haarspeld terug naar jullie en krijg dezelfde haarspeld, die ik aangemeld heb als schade, terug.

Nick Borg | INDI
Ja.

Nick Borg | INDI
Lastig, maar u bent wel geïnteresseerd in het verkopen als ik het goed heb begrepen.

Gerrit van der Pol
Ja inkoop misschien ook wel hoor, maar ja.

Nick Borg | INDI
Oké.

Nick Borg | INDI
Precies oké en wat is dan de belangrijkste motivatie om gebruik te gaan maken van dit platform?

Nick Borg | INDI
Is dat bijvoorbeeld om verzonken kosten toch nog deels te kunnen dekken?

Gerrit van der Pol
Ja dat is het een beetje en kijk je schrijft zoveel af, maar dan zou je het hoofdzakelijk ook wel een keertje voor het milieu doen.

Nick Borg | INDI
Ja.

Gerrit van der Pol
Maar ik denk niet dat het rendabel is, want ja, weet je de man uren die erin zitten, weet je wat dat kost, dan kun je het beter weggooien.

Nick Borg | INDI
Ja precies, dus u doet het zou het dan doen uit duurzaamheidsoogpunt.

Gerrit van der Pol
Ja duurzaamheidsoogpunt, dat zou kunnen, ja.

Nick Borg | INDI
Precies oké mooi, dan het volgende onderdeel. Dat heeft betrekking op wat uw voorkeur zou hebben voor de verkopende partij, dus wanneer u producten opnieuw zou aanbieden.

Nick Borg | INDI
Dan is de eerste vraag, vindt u dat het financiële traject via uw INDI account moet lopen of rechtstreeks tussen de verkopende en inkopende partij? Dus dat houdt eigenlijk in dat de

betaling via het INDI account loopt. Dus INDI is een soort third party tussen inkopende en verkopende partij.

Gerrit van der Pol

Ja tussendoor ja ja Ik denk Als je het even op jullie stoel zittende dan ten eerste moet het verzonden worden en dan zou ik zeggen van ja, kijk, als ik er weer een leverancier bij moet hebben iedere keer.

Gerrit van der Pol

Dan ja, heb ik het liever gewoon via de INDI webshop.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Gerrit van der Pol

Maar dat zou mijn voorkeur hebben, laat ik het zo zeggen.

Nick Borg | INDI

Oké

Nick Borg | INDI

Op welke manier zou je de betaling willen ontvangen? Dus stel u verkoopt een product en iemand die koopt het van u zou u dan een credit willen op de volgende factuur of zou u rechtstreeks in geld uitbetaald willen worden of iets anders?

Gerrit van der Pol

Nou gewoon een credit vind ik prima.

Nick Borg | INDI

Oké helemaal goed.

Gerrit van der Pol

Anders moet je gewoon met een iDeal betaling gaan doen.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Gerrit van der Pol

Het is gebruikt en klaar een iDeal betaling, gelijk boter bij de vis en een scherpe prijs.

Nick Borg | INDI

Ja precies, dus in principe maakt het u niet heel veel uit, zowel beide beide.

Gerrit van der Pol
Ja.

Nick Borg | INDI
Wat zou u vinden van een betaling als een verrekening in een soort tegoed op de volgende factuur? Op het INDI account wordt dan een tegoed gestort die dan weer van de volgende factuur afgaat.

Gerrit van der Pol
Ja is ook goed, dat maakt helemaal niet uit.

Nick Borg | INDI
Deze vraag heeft betrekking op het verzenden. Zou u als verkopende partij het verzendproces willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgd?

Gerrit van der Pol
Nou, ik vind het prima zelf verzenden, want ja, Ik wil verzend toch al iedere dag pakjes.

Nick Borg | INDI
Ja ja precies, dus u geeft dus aan, wat mij betreft heb ik niet per se het INDI verzend netwerk nodig.

Gerrit van der Pol
Nee nee.

Nick Borg | INDI
Dan vraag 11, zou u uw naam openbaar willen hebben bij de verkoop?

Gerrit van der Pol
Ja in principe maakt me dat niet uit.

Nick Borg | INDI
Nee helemaal goed. En wat zouden redenen voor u kunnen zijn dat u zou afhaken bij het aanbieden van producten?

Nick Borg | INDI
Wat zijn drempels voor u waarvan u zou zeggen van als dit en dit gebeurd dan hoeft het van mij niet?

Gerrit van der Pol
Ja, kan ik zo niet verzinnen.

Nick Borg | INDI

Nee en bijvoorbeeld In de richting van prijs, bijvoorbeeld bijdragen aan de kosten?

Gerrit van der Pol

Ja, het moet wel rendabel zijn, anders heeft het geen zin.

Nick Borg | INDI

Nee precies oké.

Gerrit van der Pol

En wij hebben bijvoorbeeld een korting die een ander niet heeft.

Gerrit van der Pol

Wij betalen een heel stuk minder.

Nick Borg | INDI

Ja ja precies.

Gerrit van der Pol

Dus Ik denk dat je wel een staffel erin moet zetten van minimaal 50% onder de prijs is ofzo.

Nick Borg | INDI

Ja ja oke.

Gerrit van der Pol

Anders wordt het ook niet rendabel.

Gerrit van der Pol

Want dan koop ik liever nieuw.

Nick Borg | INDI

Dus u geeft wel aan van dat het dusdanig rendabel moet zijn.

0:7:38.540 --> 0:7:38.840

Gerrit van der Pol

Ja.

Nick Borg | INDI

Stel u zou producten inkopen. Op welke manier zou je een factuur willen betalen? Zou u dat gewoon direct willen doen? Of op factuur of maakt het u niet uit?

Gerrit van der Pol

Ja dat zei ik net ook, als ik gewoon via iDeal kan betalen dan via iDeal, want dan kun je direct betalen, scherpe prijzen en boter bij de vis en klaar.

Nick Borg | INDI
Ja precies.

Gerrit van der Pol
Maar dan moet je het wel met allemaal bestaande klanten van jezelf doen, want dan hou je wel een beetje het vertrouwen in.

Nick Borg | INDI
Ja ja.

Gerrit van der Pol
En anders krijg je Marktplaats praktijken met oplichting. Ja, dat moet je natuurlijk niet willen hebben.

Nick Borg | INDI
Ja precies nee nee klopt Dat is ook wel leuk, want de volgende vraag is, hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zowel verkoper als inkoper die de betrouwbaarheid aangeeft van van zowel inkoper als verkoper? Volgens mij doet Marktplaats dat ook.

Gerrit van der Pol
Ja ja, ja, ik zou dat denk ik als je het via jullie gaan doen, dan zou ik dat zeer zeker erin zetten en ik zou sowieso zeggen van als het niet volgens het boekje gaat dan mogen die het niet meer doen, laat ik het zo zeggen.

Nick Borg | INDI
Ja precies.

Gerrit van der Pol
Ja, kijk je, je moet natuurlijk wel opletten. Ik heb bijvoorbeeld megaveel korting op andere dingen.

Nick Borg | INDI
Ja.

Gerrit van der Pol
Dus ik, Ik kan deze doorverkopen aan een ander voor een mindere korting dan die wij hebben.

Nick Borg | INDI
Ja precies.

Gerrit van der Pol

Dat je niet jezelf gaat beconcurreren door je eigen klanten. Ik heb bijvoorbeeld 50% korting bijvoorbeeld. Ik noem maar wat hoor, Ik weet niet precies wat ik heb, maar een ander heeft maar 10%. Ja dan kan ik het tegen 20% korting, weer op die site zetten bij wijze van spreken.

Nick Borg | INDI

Ja ja.

Gerrit van der Pol

En dan heb ik mijn eigen verdienmodel over de rug van INDI.

Nick Borg | INDI

Ja precies nee, Dat is een hele goeie dat u dat aangeeft, want dat is wel belangrijk om in de gaten te houden.

Gerrit van der Pol

Dan ga je een eigen verdienmodel opzetten achter je computer waar je niks voor hoeft te doen. Dat is iedere dag geld opstrijken.

Nick Borg | INDI

Ja precies. Dan de laatste vraag is ook al een beetje ter sprake gekomen, maar wat zouden redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken bij de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

Nick Borg | INDI

Nou ja, dat het dusdanig onder de nieuw prijs moet liggen.

Gerrit van der Pol

Ja ja ja.

Gerrit van der Pol

Daarom moet je gewoon scherpe prijzen hebben, anders heeft het geen zin.

Nick Borg | INDI

Ja.

Gerrit van der Pol

Je moet er sowieso al een fotootje bij doen die de klant upload.

Nick Borg | INDI

Ja oké.

Nick Borg | INDI

Heel erg bedankt. In ieder geval heeft u verder nog toevoegingen waar u nu denkt van hé, dat is nog wel handig om te weten?

Gerrit van der Pol

Nee, nee, wat ik bedenken, dat roep ik altijd gelijk, dus.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI

Oké nou ja dan heel erg. Bedankt in ieder geval. Dit was heel nuttig voor mij.

Bijlage 4: Interview Roel Westerveen (Hydropower)

Nick Borg | INDI

Allereerst ben ik benieuwd binnen welke sector u werkt en wat u wat jullie doen.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, dus industrie ja, de industrie en dan zitten we in een stukje scheepvaart.

Roel Westerveen | Hydropower

Wij zijn al jarenlang klant bij INDI zeg maar, voor met name de hydraulische componenten. Dat is de grootste groep, denk ik.

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja wat wij doen is onderhoud, reparaties aan hydraulische systemen en nieuwbouw.

Nick Borg | INDI

Leuk mooi, en jullie hebben ook voorraden dan die jullie niet meer gebruiken.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, zelf voorraadhoudend, ja, ja, We hebben de standaard voorraad.

Nick Borg | INDI

Oké, en wat doen jullie op dit moment? Bijvoorbeeld met voorraden die jullie niet gebruiken?

Roel Westerveen | Hydropower

Nou, dat blijft normaal gezien lange termijn dan liggen, zeg maar, Het is niet een een vergankelijk iets of het moet een keer opruimt worden of weg gegooit of verschroot, zeg maar.

Nick Borg | INDI

Ja, ja, en ligt het in de weg bij jullie.

Roel Westerveen | Hydropower

Nee nee.

Nick Borg | INDI

Oké dus, maar wat zou dan de voornaamste motivatie om het platform te gebruiken? Nou ja, jullie gaven aan dat jullie geïnteresseerd zouden zijn in het aanbieden.

Nick Borg | INDI

Van producten.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja nou, dat kan nog ja ja, Maar dat wat ik begreep zijn het dus puur alleen INDI componenten.

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ik zie het meer eigenlijk als een dat we er iets kunnen kopen. Misschien voor een gereduceerd tarief als ergens iets ligt wat uit de doos gehaald is ofzo, zo moet ik het dan zien.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI

Ja, dus u bent meer geïnteresseerd als inkoopende partij.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, dat denk ik wel, Omdat we kunnen op dit moment gewoon retour sturen wat we bestellen.

Nick Borg | INDI

Ja precies oké. En wat is dan de voornaamste motivatie om gebruik te gaan maken van dit platform? Dus Waarom zouden opnieuw aangeboden producten inkopen in plaats van nieuwe producten?

Roel Westerveen | Hydropower

Dat zou dan misschien een prijs overweging kunnen zijn, dus iets uit de doos gehaald is dat er dan een gereduceerd tarief is.

Nick Borg | INDI

Ja oké.

Roel Westerveen | Hydropower

En Misschien een stukje voorraad, Maar ik denk dat ja de meeste componenten heeft INDI op voorraad.

Nick Borg | INDI

Ja, dus Het is voornamelijk de voornaamste reden is dus de prijs.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja dat denk ik, ja.

Nick Borg | INDI

Oké helemaal goed. Nou ja, stel u zou wel gebruik maken als verkopende partij van het platform, dus jullie zouden wel producten aanbieden.

Nick Borg | INDI

Vinden jullie dan dat het financiële traject via jullie INDI account moet lopen of rechtstreeks tussen de inkopende partij en verkopende partij?

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, daar heb ik op zich nog niet zoveel moeite mee als dat rechtstreeks zou gaan. Alleen wordt er dan als klant moet er iemand aangemaakt worden?

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Kan ja, als het via INDI kan lopen heeft dat mijn voorkeur.

Nick Borg | INDI

Nee precies nou ja, In het geval dat het via de INDI account loopt, dan fungeert INDI eigenlijk als een soort third party die de transactie eigenlijk ook in banen leidt.

Roel Westerveen | Hydropower

Nee, ik zie dat nog niet meteen als een bottle neck als dat niet te veel is. Nee.

Nick Borg | INDI

Helemaal goed, stel iemand koopt een product van jullie. Hoe zouden jullie die betaling dan willen ontvangen? Dat kan bijvoorbeeld in geld, een credit op de volgende factuur of maakt het mij niet uit?

Roel Westerveen | Hydropower

Ja Als het via INDI loopt, zou het via een credit kunnen.

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Als het rechtstreeks gaat, dan wordt er eerste vooraf betaald, of ja, het ligt een beetje aan de klant.

Nick Borg | INDI

En wat vindt u dan van een betaling in een credit op de volgende factuur?

Roel Westerveen | Hydropower
Ja dat kan, dat kan dat mag.

Nick Borg | INDI
Ja oké duidelijk.

Roel Westerveen | Hydropower
Ja hoor, kijk, we doen voldoende zaken met INDI, dus vandaar.

Nick Borg | INDI
Ja oke, nog iets wat opkwam is een soort tegoed op het INDI account.

0:4:44.430 --> 0:4:57.560

Nick Borg | INDI
Dus Het is eigenlijk een beetje een soortgelijk systeem, Maar dat wordt er dus een tegoed gestort op het INDI account, waarna bijvoorbeeld op de volgende bestelling dit tegoed ingezet kan worden, hoe klinkt dat?

Roel Westerveen | Hydropower
Ja, dat kan ons dat het zo als een soort spaarpotje In de winkelwagen of zo?

Nick Borg | INDI
Ja ja ja, zo kunt u het zien, ja.

Nick Borg | INDI
Het maakt u eigenlijk niet heel veel uit.

Nick Borg | INDI
Ja.

Roel Westerveen | Hydropower
Er kan dan kan ook dat. Ja, dat mag kijk. Nee, dat maakt me niet zoveel uit dus dan maar Als het maar duidelijk is. Ja dat het toch staat, en zeg maar toegankelijk is.

Nick Borg | INDI
Helemaal goed de volgende vraag betreft het verzendproces, dus stel iemand die koopt een product van jullie, zouden jullie dan zelf dit verzendproces willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgd? Dus bijvoorbeeld bij het aanmaken van een label dat dan al gegenereerd is, dus u hoeft eigenlijk enkel te printen. Ik weet niet of u bekend met Vinted?

Roel Westerveen | Hydropower
Ja, ik ken het wel een ja.

Roel Westerveen | Hydropower
We doen regelmatig versturen dagelijks, dus ik bedoel, Dat is op zich geen issue om

rechtstreeks te versturen. Het kan via een INDI lopen, Alleen zal het dan eerst retour moeten gaan, want dan wordt het misschien een ingewikkeld traject.

Nick Borg | INDI

Ja, nou ja, het, Het is meer dat INDI gewoon de de labels faciliteert, dus je print eigenlijk gewoon het ja, dus Het gaat niet fysiek via INDI. Het wordt wel rechtstreeks van klant A naar klant B verstuurd.

Roel Westerveen | Hydropower

Azo azo.

Nick Borg | INDI

Dus Het is meer het aanmaken van een label, bijvoorbeeld dat dat gelijk gedaan is, dus dat jullie dat niet helemaal zelf hoeven doen het enige is dat het naar een bezorgdienst gebracht moet worden.

Nick Borg | INDI

Maar ja, deze is dan ook van INDI.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, maar Als het gebracht moet worden, dan doen we het liever zelf versturen.

0:6:36.120 --> 0:6:37.890

Nick Borg | INDI

Ja precies oké.

Roel Westerveen | Hydropower

Dus dan moet er wel een soort ophaalservice aan vasthangen.

Nick Borg | INDI

Oké nee, interessant om inderdaad even naar te kijken. Verder, wilt u uw naam openbaar hebben bij de verkoop.

Roel Westerveen | Hydropower

Ik denk dat je daar niet onderuit zult komen, anders zou het al volledig via INDI moeten lopen.

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Roel Westerveen | Hydropower

Dus dan denk ik dat dat een feit is.

Nick Borg | INDI

Ja, en wat vindt u daarvan?

Roel Westerveen | Hydropower

Nou ja, daar hebben we op zich weinig moeite mee.

Nick Borg | INDI

Oké oké, mooi. Nou ja, de laatste vraag betreffende de verkopende partij is, wat zouden redenen voor u kunnen zijn dat u zou afhaken bij het aanbieden van producten?

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Dus als wij producten te koop aanbieden?

Nick Borg | INDI

Ja ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ik vroeg, dat zou ik niet durven zeggen. Dat ligt een beetje aan het product. Misschien even denk ik, maar dan is ja, Het is een keuze Als je wel of niet iets op internet gaat verkopen.

Nick Borg | INDI

Maar bijvoorbeeld, je hebt natuurlijk de dingen als dat het niet rendabel genoeg is, of dat het teveel moeite kost. Dat soort dingen Natuurlijk, ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja ja, Ik denk al een drempelbedrag. Ja, precies een drempelbedrag denk ik wel aan, want iets onder de € 25 zal ik al sowieso niet op internet zetten.

Nick Borg | INDI

Nee.

Roel Westerveen | Hydropower

Dus daar zou je dan kunnen denken inderdaad.

Nick Borg | INDI

Oké.

Roel Westerveen | Hydropower

En het moet, als het rechtstreeks zou gaan zouden, wel een beetje een betrouwbare klant zijn omdat er ook een betaling aan vasthangt, of eerst vooraf betalen.

Nick Borg | INDI

Ja ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Als dat een moeizaam proces is, dan wordt er minder gebruik van gemaakt, denk ik.

Nick Borg | INDI

Of bijvoorbeeld dat INDI het even vasthoudt totdat het geleverd is.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, dat zou kunnen. Ja, je zit altijd natuurlijk met, als het een product is wat dus uit de doos is geweest, werkt het wel of niet? Is het wat je verwacht?

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Dat is ook nog iets van een van een traject denk ik, hoe ga je dat oplossen?

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Roel Westerveen | Hydropower

Hoe accepteer je een zending die wel of niet goed is, zeg maar.

Nick Borg | INDI

Ja oke.

Nick Borg | INDI

Nu gaan we over naar de voorkeuren van de inkopende partij. Dit is denk ik meer van belang voor jullie.

Nick Borg | INDI

Dus stel jullie willen opnieuw aangeboden producten kopen, hoe zouden jullie deze dan willen betalen? Op factuur, direct bijvoorbeeld via iDeal betaling of beide.

Nick Borg | INDI

Of een heel andere manier.

Roel Westerveen | Hydropower

Nou, dat heeft ook weer. Gaat het via INDI, dan zou ik zeggen, dan zien we het gewoon liever op de factuur, maar als ze het rechtstreeks zou gaan, ja, dan komt er een nieuwe factuur binnen. iDeal zou kunnen, maar dat hoeft niet, het kan gewoon op factuur basis.

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower
Op vooruitbetaling, zo moet ik zeggen, ja.

Nick Borg | INDI
Ja oké, dus jullie hebben Als ik het goed begrijp, heeft u het liever dat het gewoon op factuur geregeld wordt, dus via debet en credit?

Roel Westerveen | Hydropower
Ja, dat lijkt me dan, dan kunnen we het vast hangen aan een inkooporder.

Nick Borg | INDI
Ja oké.

Roel Westerveen | Hydropower
Dan is het duidelijk waar de producten vandaan komen, zeg maar.

Nick Borg | INDI
Ja duidelijk. Hoe belangrijk vinden jullie een waarderingssysteem voor zowel de verkoper als inkoper? Dus een soort betrouwbaarheidslabel bijvoorbeeld.

Roel Westerveen | Hydropower
Ja Dat is, Dat is op zich wel een goeie dat je zou zeggen van elke leverancier die dan eronder hangt dat je daar zeg maar een puntensysteem aan hangt.

Nick Borg | INDI
Ja.

Roel Westerveen | Hydropower
Daar is inderdaad wel ja, op zich zou dat wel wenselijk zijn maar het zegt nog weinig over het product zelf, dan zou je misschien nog meer met foto's moeten werken ofzo.

Nick Borg | INDI
Ja ja precies dat je dat je echt even kunt zien wat de staat is, ja.

Roel Westerveen | Hydropower
Ja, Dat is je kwaliteit. Ja, precies stel er zou een krasje op zitten, maar ja een duidelijke productomschrijving denk ik ook dan.

Nick Borg | INDI
Ja.

Nick Borg | INDI
Dus combinatie eigenlijk van dus een duidelijke product omschrijving en foto's.

Roel Westerveen | Hydropower

Waarom wordt het verkocht hè? Reden van verkoop misschien of zoiets?

Roel Westerveen | Hydropower

Dan kun je zeggen van ik wil het wel of niet hebben, anders krijg je misschien discussie.

Nick Borg | INDI

Ja ja.

Nick Borg | INDI

Oké, nou ja, dan zijn we aangekomen bij de laatste vraag. Wat zouden redenen voor u kunnen zijn dat u zou afhaken met de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

Nick Borg | INDI

Dus voordat u het nog binnen heeft gekregen.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja, wij zitten in de hydrauliek en als ik dan bijvoorbeeld foto's zie, dat er vervuiling in zit of zo, dan zou ik al afhaken.

Nick Borg | INDI

Ja oké.

Nick Borg | INDI

Dus dat heeft dan echt betrekking op het product zelf, dus niet zozeer op het aankoopproces.

Roel Westerveen | Hydropower

Niet zozeer In het aankoopproces het ja redelijk snel reageren is misschien dan ook wel wat van toepassing? Dus niet Als je een product ziet en dat er een week later een mail op volgt, dan zal het ook geen kans van slagen hebben. Dus ja.

Nick Borg | INDI

Nee? Nee, begrijpelijk.

Nick Borg | INDI

Oké, nou ja, dat waren mijn vragen. Heeft u nog toevoegingen?

Roel Westerveen | Hydropower

Ik kan het zo nog niet zeggen. Het is meer een basis opzetten waar jullie nu mee bezig zijn, denk ik hè? Dat ja.

Nick Borg | INDI

Absoluut absoluut. Ja, We zijn nu eigenlijk puur aan het toetsen. Wat zijn de wensen vanuit de klant wat daaruit komt, want daar doe je het uiteindelijk ook voor en het stukje om verspilling tegen te gaan.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ja ja nee, Het is Misschien waar ik aan denk zijn wat INDI kan doen. Ook leveren zij bijvoorbeeld hydraulische cilinders, die worden vaak nog geconfigureerd en in sommige gevallen krijg je die terug, dus krijg je een speciaal product.

Nick Borg | INDI

Ja.

Roel Westerveen | Hydropower

Ik weet niet hoe ver dat ze dat dan aan willen bieden ik. Ja, dat kan ik me voorstellen dat ook aangeboden zal worden. Dat er dan dus een tekening aan vast moeten hangen of iets?

Nick Borg | INDI

Ja precies.

Nick Borg | INDI

Hydraulisch cilinders gaf u aan?

Roel Westerveen | Hydropower

Cilinders ja volgens ja, dus dat zijn geen standaard artikelen, maar dan geconfigureerde artikelen.

Nick Borg | INDI

Oké, Dat is wel even een goeie dat u die aangeeft.

Nick Borg | INDI

Want dat zijn wel punten om naar te kijken, inderdaad.

Roel Westerveen | Hydropower

Kijk en bijvoorbeeld, je hebt een hydraulische aggregaat. Ze worden geconfigureerd en samengesteld en ik kan me voorstellen dat wanneer dat nou binnenkomt, en dan zegt van oh, dat is net anders als gewenst. Ik zet dat weer te koop.

Nick Borg | INDI

Ja.

Nick Borg | INDI
En, Dat is dan niet passend voor Iedereen.

Roel Westerveen | Hydropower
Nee, niet passend voor Iedereen.

Nick Borg | INDI
Ja.

Roel Westerveen | Hydropower
Denk dat daar wel animo voor is om te verkopen en ook vraag vanuit de klant.

Nick Borg | INDI
Ja oké ja.

Nick Borg | INDI
Oke duidelijk, nou ja, verder nog opmerkingen, aanmerkingen.

Roel Westerveen | Hydropower
En je kan het zoiets zeggen ik.

Nick Borg | INDI
Helemaal goed, nou ja, dan wil ik u heel erg bedanken voor dit interview. Ik denk dat er wel hele nuttige dingen uit zijn gekomen.

Roel Westerveen | Hydropower
Nou dan succes met het traject en dan zien we wel In de toekomst wat er uit controle is.
Goed, ja.

Nick Borg | INDI
Hele fijne dag verder.

Bijlage 5: Interview Robin Hooymans (Hydrau)

Nick Borg | INDI

Allereerst ben ik wel eigenlijk in geïnteresseerd in jullie, binnen welke sector jullie werkzaam zijn en wat doen jullie eigenlijk?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja nou, Wij zijn een bedrijf In de hydraulische aandrijftechniek.

Robin Hooymans | Hydrau

En, we werken eigenlijk in heel veel sectoren, maar vooral In de industrie, maar ook bouwmachines en veel scheepvaart.

Nick Borg | INDI

Oké oké en maken jullie ook gebruik van voorraden.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja zeker ja.

Nick Borg | INDI

Of kopen jullie echt specifiek voor specifieke klussen in?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja ja ja best wel veel voorraad. Vooral moertjes, boutjes slangetjes en dergelijke.

Nick Borg | INDI

Ja precies oké. Zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen door te verkopen?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja op zich wel, ja.

Nick Borg | INDI

Oké mooi en zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen in te kopen?

Nick Borg | INDI

Dus opnieuw aangeboden producten gaat het hier dan om?

0:2:35.410 --> 0:2:37.220

Robin Hooymans | Hydrau

Ja dat denk ik wel. Ja.

Nick Borg | INDI

Ja en wat zou dan voor jullie de motivatie zijn om gebruik te gaan maken van dit platform en wat vindt u belangrijk?

Robin Hooymans | Hydrau

Ik denk een stukje verspilling, om een stuk verspilling tegen te gaan, maar er zijn ook best wel veel klanten bij ons. In ieder geval die ja net wat minder te besteden hebben. En als je ze op die manier alsnog goed kan helpen, zou dat best interessant zijn.

Nick Borg | INDI

Ja precies oké dankjewel dan komen we aan bij het stukje dat specifiek is voor de verkopende partij. De eerste vraag dat betreft de betaling. Vindt u dat het financiële traject via uw INDI account moet lopen of rechtstreeks tussen de verkopende en inkopende partij?

Robin Hooymans | Hydrau

Hoe bedoel je dat?

Nick Borg | INDI

Dat kun je eigenlijk zien als wanneer je een aankoop doet en INDI houdt dan het geld vast en die keert dat dan uit.

Nick Borg | INDI

Aan jullie bijvoorbeeld.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja een stukje veiligheid eigenlijk tussen?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja precies.

Nick Borg | INDI

Een soort van ja, een soort derde partij eigenlijk.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja, ik denk dat dat voor de aankopers wel verstandig is ja.

Nick Borg | INDI

Wanneer men opnieuw producten aanbieden en ze zouden bijvoorbeeld gebruik willen maken van, daar komen we later ook nog op hoor, maar voor de verzending, bijvoorbeeld via het INDI verzend netwerk. Daar zitten natuurlijk ook kosten aan verbonden voor INDI en om die te dekken, worden dan de dekkingskosten van het betaalde bedrag afgehaald en de rest wordt dan uitgekeerd.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja precies ja.

Nick Borg | INDI

Op welke manier zou je de betaling willen ontvangen? Dus dit kan een credit zijn op de volgende factuur, gewoon in geld of zegt u van, het maakt mij niet uit?

Robin Hooymans | Hydrau

Nee, dat maakt mij niet uit.

Nick Borg | INDI

Wat zou u vinden van het betaling in credit op de volgende factuur?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja is geen probleem.

Nick Borg | INDI

Dus een credit is geen probleem. Dat is helemaal prima voor jullie?

Robin Hooymans | Hydrau

Ja hoor ja.

Nick Borg | INDI

Dit is eigenlijk een beetje soortgelijke vraag, maar wat zou u vinden van een betaling slash verrekening in een tegoed op de volgende factuur? Dus dit kunt u zien als stel u heeft een INDI account dat daar een soort tegoed op gestort wordt en die kunt u dan gebruiken voor de volgende bestelling.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja precies, ik zou het dan administratief gezien, zou ik denken voor de eerste optie kiezen. (credit op de volgende factuur)

Nick Borg | INDI

Oké.

Robin Hooymans | Hydrau

Maar ik doe zelf de administratie niet, dus dat is ook makkelijk praten natuurlijk.

Nick Borg | INDI

Ja tuurlijk ja precies oké mooi. Zouden jullie als verkopende partij het verzendproces zelf willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgd en ik weet niet of u bekend met bent met Vinted?

Robin Hooymans | Hydrau

Dat ken ik ja.

Nick Borg | INDI

Ja, die hebben bijvoorbeeld dat wanneer een transactie gedaan wordt, er ook gelijk een verzendlabel gemaakt wordt.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja ja precies ja.

Nick Borg | INDI

Hoe hoe zien jullie dat zouden jullie dat zelf willen doen? Of hebben jullie liever dat INDI dat dan faciliteert?

Robin Hooymans | Hydrau

Nee, Ik denk dat het handig is dat INDI dat faciliteert. Ja, Ik weet ook niet of je dan iets met Nox wil gaan doen bijvoorbeeld.

Nick Borg | INDI

Ja, dat weten we nog niet.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja ja.

Nick Borg | INDI

Maar dat zou eventueel kunnen, want wij hebben bijvoorbeeld ook iemand gehoord die zei van nou ja, ik pak toch al pakketjes in.

Nick Borg | INDI

Dus dat kan ik er eigenlijk wel bij integreren, zeg maar.

Robin Hooymans | Hydrau

Ja precies we pakken ook van alles in, maar ja, qua verzending als je natuurlijk wat grotere partij hebt, Dat is dat altijd makkelijker.

Nick Borg | INDI

Precies. Oké duidelijk dan de volgende vraag, wilt u uw naam openbaar hebben bij de verkoop?

Robin Hooymans | Hydrau

Dat zou voor ons niet uitmaken. Nee.

Nick Borg | INDI

Oké duidelijk, en wat zou de redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken bij het aanbieden van producten?

Robin Hooymans | Hydrau
Zo lastige vraag.

0:7:11.20 --> 0:7:12.780
Nick Borg | INDI
Ja, Het is een hele open vraag.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja.

Robin Hooymans | Hydrau
Ik zie zo 1 2 3 niet echt een reden waarom wij zouden afhaken eigenlijk? Nee.

Nick Borg | INDI
Nee, oke, bijvoorbeeld niet als het teveel tijd kost, bijvoorbeeld of als het niet rendabel is, dus dusdanig goedkoper.

Robin Hooymans | Hydrau
Nee precies ja.

Nick Borg | INDI
Oké duidelijk. Nou ja, dan zijn we alweer bij de laatste 3 vragen aangekomen en deze hebben betrekking specifiek op de inkopende partij.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja.

Nick Borg | INDI
De allereerste vraag, op welke manier zou u een factuur van opnieuw aangeboden product willen betalen dus op factuur, direct dus via bijvoorbeeld iDeal, beide, maakt mij niet uit of heeft u een andere manier?

Robin Hooymans | Hydrau
Ik ga dat denk ik per iDeal doen.

Nick Borg | INDI
Oké en als u op factuur zou kunnen bestellen, zou ik dat dan doen?

Robin Hooymans | Hydrau
Ja ik wel, ja, Maar ik kan me ook voorstellen dat we ook particulieren daar gebruik van maken, dus dan wordt het weer anders Natuurlijk.

Nick Borg | INDI
Precies dus in jullie geval zouden jullie liever op factuur betalen?

Robin Hooymans | Hydrau
Ja ja.

Nick Borg | INDI
Oké.

Nick Borg | INDI
Duidelijk dan hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zo zowel verkoper als inkoper, dus dit is dat je bijvoorbeeld sterren kunt geven, reviews kunt achterlaten dat soort dingen.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja nee opzich geen gek idee. Ja, er zitten natuurlijk wel nadelen aan, maar voor de betrouwbaarheid zou ik denk ik zeggen dat het goed is.

Nick Borg | INDI
Oké, en welke nadelen zijn dat dan waar u op doelt?

Robin Hooymans | Hydrau
Nou bijvoorbeeld.

Robin Hooymans | Hydrau
Stel dat je een tweedehands product levert, zal ik maar zeggen, en het even op de plank heeft gelegen, dan kan er natuurlijk altijd iets aan de hand zijn, want het is niet getest.

Nick Borg | INDI
Ja.

Robin Hooymans | Hydrau
En je hebt Natuurlijk twee manieren om dat aan te vliegen, of je pleegt even een belletje en de ander is meteen een slechte review plaatsen dus.

Nick Borg | INDI
Precies.

Robin Hooymans | Hydrau
Vandaar dat je nooit zo goed weet of je daar dan goed aan doet.

Nick Borg | INDI
Nee, nee, oke, duidelijk dan de allerlaatste vraag alweer, wat zouden redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken met de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

Nick Borg | INDI
Het is weer een open vraag haha.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja, Ik denk een stukje betrouwbaarheid, denk ik. Garantie Misschien ja, Ik weet niet of dat überhaupt op zit.

Nick Borg | INDI
Ja ik denk dat dat lastig wordt.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja.

Nick Borg | INDI
Maar we hebben bijvoorbeeld gehoord dat wanneer een product dusdanig goedkoper is dan het nieuw product bijvoorbeeld.

Robin Hooymans | Hydrau
Ja precies.

0:9:59.480 --> 0:10:0.510 Nick Borg | INDI
Wat zegt u daarvan?

Robin Hooymans | Hydrau
Ja dan ja ja, Dat is lastig, je weet nooit zo goed waar het over gaat. Het kan natuurlijk over zoveel soorten producten gaan.

Nick Borg | INDI
Tuurlijk? Ja, precies.

Robin Hooymans | Hydrau
Bij de een is dat meer van belang dan bij de ander Natuurlijk.

Nick Borg | INDI
Ja precies. Stel, er zou een product zijn die als tweede kans, zeg maar 10% goedkoper is, dus dat is een verschil dat misschien minimaal is. Zou u dan voorkeur kiezen voor prijs of het duurzaamheidsaspect of.

Robin Hooymans | Hydrau
Dan zou Ik denk ik liever voor de nieuwe kiezen, Omdat je.

Robin Hooymans | Hydrau

We hebben ook een bepaalde verantwoordelijkheid naar onze klanten toe dat een product er niet na zoveel tijd daarmee stopt.

Nick Borg | INDI

Nee.

Robin Hooymans | Hydrau

En ik heb toch het gevoel dat wanneer je een nieuw product aanschaft, dat je daar ook iets meer voordelen aan hebt in de vorm van garantie bijvoorbeeld.

Nick Borg | INDI

Precies, oké duidelijk. Dat waren eigenlijk al de vragen vanuit mijn kant. Ik weet niet. Heeft u nog toevoegingen of iets?

Robin Hooymans | Hydrau

Nee niet echt eigenlijk.

0:11:7.200 --> 0:11:19.620

Nick Borg | INDI

Oké duidelijk. Nou ja, dan was dit het alweer en dan wil ik u heel erg bedanken dat u mij te woord wilde staan. Dit was heel nuttig voor mij en kan ik weer mee verder.

Robin Hooymans | Hydrau

Oké nou super top succes nog.

Bijlage 6: Interview Patrick (Velis Scholten BV)

Nick Borg | INDI

Oke helemaal goed. Dan beginnen we met de eerste vraag, binnen welke sector werkt u en wat doet u eigenlijk?

Patrick | Velis Scholten
Carrosseriebouw doen wij.

Patrick | Velis Scholten
En de reparatie van hydraulische systemen en we zijn een las constructiebedrijf.

Nick Borg | INDI
Oké oké.

Patrick | Velis Scholten
En ik sta daar In de inkoop en magazijn.

Nick Borg | INDI
Oké mooi. Dan de volgende vraag, wat doet u op dit moment met voorraad die u niet gebruikt?

Patrick | Velis Scholten
Lekker laten liggen of terugsturen.

Patrick | Velis Scholten
Nee, er komt altijd wel iemand die iets nodig heeft. Als ik het heb liggen, dan kan ik het altijd wel weer aan de man brengen. Probeer het dan ook wel even in het zicht te zetten, zodat mensen zien van oh, dat heeft hij ook.

Nick Borg | INDI
Precies oké. Zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen door te verkopen?

Patrick | Velis Scholten
Jazeker ja.

Nick Borg | INDI
Oké mooi en zou u dan ook geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen in te kopen?

Patrick | Velis Scholten
Ja, Waarom niet win-win situatie toch?

Nick Borg | INDI
Precies.

Patrick | Velis Scholten
Ik help iemand uit de brand en...

Nick Borg | INDI
Zo is het.

0:1:12.910 --> 0:1:14.350

Patrick | Velis Scholten
... die gaat mij uit de brand helpen.

Nick Borg | INDI
Zo is het en soms ook wat prijsvoordelen dat.

Nick Borg | INDI
Ja.

Patrick | Velis Scholten
We moeten er toch allemaal voor betalen, dus ja, als die er vanaf moet en wil er minder voor hebben. Alleen maar beter, toch?

Nick Borg | INDI
Zo is het, zo is het, en wat is de voornaamste motivatie om gebruik te maken van dit platform en wat vindt u belangrijk?

Patrick | Velis Scholten
Nou, het scheelt gewoon dat jullie dan wat minder werk hebben.

Nick Borg | INDI
Ja.

Patrick | Velis Scholten
Ik vind het gewoon handig als iemand iets heeft waar die niks meer mee kan en ik kan het gewoon van hem overnemen, anders blijft het op de plank liggen. Dan wordt het niet gebruikt of het wordt uiteindelijk weggegooid. Dat zou helemaal zonde zijn.

Nick Borg | INDI
Zo is het zo is het. Dan komen we aan bij het stukje specifiek voor de verkopende partij dus stel u zou producten aanbieden wat uw wensen dan zijn. Dus de eerste vraag is, vindt u dat het financiële traject via uw INDI account moet lopen of rechtstreeks tussen de verkopende en inkopende partij?

Patrick | Velis Scholten
Ik denk dat het voor iedereen makkelijker is als het gewoon via INDI gaat lopen.

Nick Borg | INDI
Helemaal goed en omdat?

Patrick | Velis Scholten
Omdat je daar toch een klant ben en dat werkt nou eenmaal.

Nick Borg | INDI
Ja.

Patrick | Velis Scholten
En Als je bij 15.000 INDI klanten weer een nieuwe klant moet gaan aanmaken. Ik denk niet dat dat heel erg gaat bevalen.

Nick Borg | INDI
Nee klopt. Oké en op welke manier zou je de betaling willen ontvangen? Dus u heeft een product verkocht. Zou u dan een credit willen op de volgende factuur? Zou u gewoon rechtstreeks in geld uit betaald willen worden? Maakt niet uit of heeft u een andere manier?

Patrick | Velis Scholten
Maakt mij niet uit. Ik heb daar toch geen werk aan. Daar hebben we weer een andere afdeling voor, dus mij maakt het niet uit hoe het komt.

Nick Borg | INDI
Helemaal goed, dus wat zou u dan vinden van een betaling in een credit op de volgende factuur?

Patrick | Velis Scholten
Ja, dat zou mij helemaal niet uitmaken.

Nick Borg | INDI
Nee precies, want jullie zijn doen wel regelmatig inkopen bij INDI?

Patrick | Velis Scholten
Dagelijks.

Nick Borg | INDI
Ja precies oké. En wat zou u dan vinden van een betaling slash verrekening in een tegoed op de volgende factuur, dus Dat is eigenlijk bijna hetzelfde, maar Je kunt meer zien als bijvoorbeeld een soort tegoed gestort en met dat tegoed kunt u dan weer inkopen doen.

Patrick | Velis Scholten

Ja, weet je, dat maakt mij ook niet uit. Dat is aan jullie wat jullie het makkelijkst te vinden, denk ik dan.

Nick Borg | INDI

Helemaal goed.

Patrick | Velis Scholten

En nogmaals. Ik heb in die handeling geen werk, dus.

Nick Borg | INDI

Nee.

Patrick | Velis Scholten

Jawel al duurt zoiets in 11 uur. Het kan mij niks schelen.

Nick Borg | INDI

Nee precies. Oké, de volgende vraag betreft het verzenden, zou u zelf als verkopende partij het verzendproces willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgd?

Patrick | Velis Scholten

Nee, dat maakt me niet uit een pakketje ergens heen sturen. Dat kan iedereen toch?

Nick Borg | INDI

Oke duidelijk.

Patrick | Velis Scholten

Scheelt ook weer tijd.

Nick Borg | INDI

Maar verzenden jullie ook al of niet?

Patrick | Velis Scholten

Ik verzend regelmatig pakketten, dus ja.

Nick Borg | INDI

In principe zou het geïntegreerd kunnen worden in dat proces.

Patrick | Velis Scholten

Ja hoor.

Nick Borg | INDI

Dus, voor jullie hoeft INDI niet nog extra verzendmogelijkheden te faciliteren.

Patrick | Velis Scholten
Nee dat hoeft weer niet.

Nick Borg | INDI
Oké duidelijk.

Patrick | Velis Scholten
Scheelt ook wat tijd.

Nick Borg | INDI
Ja helemaal goed en wilt u uw naam openbaar hebben bij de verkoop.

Patrick | Velis Scholten
Nou ja, als je het erbij zet is het natuurlijk stiekem ook een klein beetje reclame, dus dat kan geen kwaad.

Nick Borg | INDI
Nee precies oké.

Patrick | Velis Scholten
Gaan ze toch kijken wat is wat voor vlees ik in de kuip heb.

Nick Borg | INDI
Oké en de laatste vraag betreffende de verkopende partij, wat zouden redenen kunnen zijn voor u om afte haken bij het aanbieden van producten?

Patrick | Velis Scholten
Ja, Als het niet loopt zoals het voorgespiegeld wordt, dan zou ik wel kunnen afhaken.

Nick Borg | INDI
Ja en waar, wat zouden dan voorbeelden kunnen zijn dat het niet loopt?

Patrick | Velis Scholten
Nou bijvoorbeeld, je maakt een afspraak en ze zeggen dat ze iets opsturen en het duurt me toch iets langer dan de afspraak, eigenlijk afspraken gewoon niet nagekomen, dan ben ik ook heel makkelijk. Dan gaan we er gewoon lekker mee ophouden en dan bestel ik gewoon weer mijn spulletjes bij jullie.

Nick Borg | INDI
Ja precies oké, dus een stukje betrouwbaarheid.

Patrick | Velis Scholten
Ja.

Nick Borg | INDI

Duidelijk, dan zijn we bij de laatste 3 vragen aangekomen, Dit is allemaal betreft allemaal betrekking op de inkopende partij.

Nick Borg | INDI

Dus als jullie een tweede kans product, om het zo maar even te noemen, inkopen. Op welke manier zou u deze willen betalen? Dus is dat op factuur, gewoon direct via ideal bijvoorbeeld, beide of zegt u iets anders.

Patrick | Velis Scholten

Nee gewoon op factuur.

Nick Borg | INDI

Oké duidelijk. En hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zowel de verkoper als inkoper?

Patrick | Velis Scholten

Niet.

Nick Borg | INDI

Niet belangrijk?

Patrick | Velis Scholten

Nee, vind ik totaal niet nee. Wij doen er zo weinig mee dus.

0:6:56.710 --> 0:6:57.310

Nick Borg | INDI

Precies.

Patrick | Velis Scholten

Wat mij betreft is het niet belangrijk, ik kan me voorstellen dat het voor hele grote online verkoop bedrijven van toepassing is, maar hier niet.

Nick Borg | INDI

Nee precies.

Patrick | Velis Scholten

En wij zitten ook niet echt in een wereldje dat echt voor iedereen toegankelijk is.

Nick Borg | INDI

Precies.

Patrick | Velis Scholten

We bouwen vrachtwagens met kranen erop. Nou, die hoeft niet iedereen te hebben.

Nick Borg | INDI
Nee, oké.

Nick Borg | INDI
Dan de laatste vraag, wat zouden redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken met de aankoop van een opnieuw aangeboden product? Volgens mij hebben we dat net ook al een beetje besproken.

Patrick | Velis Scholten
Ja dat betrouwbaarheid.

Nick Borg | INDI
Ja.

Nick Borg | INDI
Verder.

Patrick | Velis Scholten
Dat is het gewoon. Nee.

Nick Borg | INDI
Gewoon betrouwbaarheid en als dat allemaal geregeld is?

Patrick | Velis Scholten
Nee joh, als het me niet zint, dan neem ik contact op met degene die dit hele verhaaltje ingeschoten heeft...

Nick Borg | INDI
Ja.

0:7:54.530 --> 0:7:58.110

Patrick | Velis Scholten
... en dan is het gewoon van joh. Dit is niet de afspraak, stop er maar mee.

Nick Borg | INDI
Precies oké nou, dat waren de vragen alweer heeft u nog opmerkingen aanmerkingen van hé, hier moet je nog aan denken, dit is wel handig om mee te nemen?

Patrick | Velis Scholten
Nou, Ik heb er zo even niet eentje voor je op de plank liggen, laat ik het zo zeggen.

Nick Borg | INDI
Nee oke, dat is ook prima. Nou dan wil ik u heel erg bedanken. Dit was is heel nuttig voor mij, kan ik weer mee aan de slag en ik wens u dan een fijne dag verder.

Patrick | Velis Scholten
Ja van hetzelfde succes met je met je project.

Bijlage 7: Enquête Scriptie INDI

Introductie

1. Binnen welke sector werkt u?
.....
2. Wat doet u op dit moment met voorraad die u niet gebruikt?
.....
3. Zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen door te verkopen (of werkt u daar al mee, denk bijvoorbeeld aan Marktplaats)?
.....
4. Zou u geïnteresseerd zijn in een platform dat u de mogelijkheid biedt om onderdelen in te kopen?
.....
5. Wat is de motivatie om gebruik te gaan maken van dit platform, en wat vindt u belangrijk?
.....

Verkopende partij

6. Vindt u dat het financiële traject via uw INDI-account moet lopen of rechtstreeks tussen de verkopende en inkopende partij?
.....
7. Op welke manier zou u de betaling willen ontvangen? Credit op volgende factuur, in geld, maakt mij niet uit.
.....
8. Wat zou u vinden van een betaling in een credit op de volgende factuur?
.....
9. Wat zou u vinden van een 'betaling'/verrekening in een tegoed op de volgende factuur?
.....
10. Zou u zelf als verkopende partij het verzendproces willen verzorgen of heeft u liever dat INDI deze verzorgt, zoals het automatisch aanmaken van een label etc.? (Vinted)
.....

11. Wilt u uw naam openbaar hebben bij de verkoop?

.....

12. Wat zouden redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken bij het aanbieden van producten?

.....

Inkopende partij

13. Op welke manier zou u een factuur voor een opnieuw aangeboden product willen betalen? Op factuur, direct, beide.

.....

14. Hoe belangrijk vindt u een waarderingssysteem voor zowel de verkoper als inkoper?

.....

15. Wat zouden redenen kunnen zijn voor u dat u zou afhaken met de aankoop van een opnieuw aangeboden product?

.....