

Suzan Eikelenstam

Webhelden

Start en verbeter je eigen webshop in tien stappen



Stap 1

Het speelkwartier is voorbij

Heb je dit boek gekocht omdat het je ook wel wat lijkt om een webshop-je te beginnen? Stuur het dan maar weer terug. Misschien is dit niet de aardigste openingszin die je ooit hebt gelezen, maar je kunt er € 18,95 mee besparen. Ook blijf je behoed voor een teleurstelling. Voor mensen die webwinkeltje willen spelen, zijn er leuke andere boeken.

Startende e-commerce-ondernemers met serieuze plannen, drive en doorzettingsvermogen raad ik vooral wel aan om verder te lezen. Voor jou is *Webhelden* een naslagwerk dat je een realistische kijk op de markt anno 2013 biedt en een blik op de toekomst. Daarnaast geef je jezelf hiermee een flinke kennisvoorsprong, die je goed kunt gebruiken bij de start-up van je bedrijf. Voor een handig, universeel tienstappenplan met de meest essentiële basics voor het professioneel starten van een webshop verwijst ik je graag naar mijn eerste uitgave *Internetgodinnen*.

Starter of ervaren web-entrepreneur, wie je ook bent en wat je ook met e-commerce van doen hebt, als je dit boek uit hebt, zul je wijzer zijn. En zul je ervan doordrongen zijn dat er niet alleen vandaag werk aan de webwinkel is, maar dat elke dag het verschil kan maken tussen excelleren en, sorry, creperen.

Het eerste dat veel bekende internetondernemers noemen als je hun vraagt naar het geheim van hun succes is hun Geweldige Idee. Want: staat cool en heel uniek. En ja, het begint inderdaad allemaal met het bekende 'light bulb moment'. Wat ze er echter meestal niet bij zeggen, is dat ze álles van bijvoorbeeld fietsbinnenbanden en de internetmarkt

op dat gebied wisten voordat ze begonnen en dat ze naar fietsbinnenbandcongressen gaan en de hele dag gluren op vaksites en bij webshops van concurrenten. Dat staat namelijk een stuk minder tof. Maar zouden deze ondernemers niet zo hun best doen om kennis te blijven verzamelen en om zich continu bewust te zijn van hun omgeving en hun eigen performance, dan zouden ze hun succes zien verdwijnen als sneeuw voor de zon.

Jou blijft dat lot natuurlijk bespaard, want jij kunt klakkeloos de laatste ontwikkelingen uit je branche noemen én je gaat je kennis van de e-commercemarkt in Nederland met dit eerste hoofdstuk (en de overige 9 hoofdstukken) bijspijkeren. Jij wordt een Webheld.

E-commerce ondernemen in 2013-2018

Stel je voor: je bent ondernemer en hebt besloten dat één van de grote kansen voor je bedrijf luistert naar de naam ‘e-commerce’. Je bent webwinkelier (in spe).

Je wilt een doorslaand succes van je webwinkel maken – het is je passie – en je droom is om ervan te kunnen leven en misschien wel uit te groeien tot een van de allerbeste webshops in jouw segment. Daarvoor heb je ten eerste kennis van zaken nodig.

Voordat je de concrete stappen gaat zetten om je webshop te optimaliseren, moet je weten hoe de Nederlandse thuiswinkelmarkt er anno 2013 voor staat.

Hoe groot is deze markt nu en wat zijn de hardst groeiende deelmarkten? Waar liggen de grootste kansen? In dit hoofdstuk krijg je antwoord op deze vragen. Je kunt direct daarna alvast gaan nadenken over wat je voor jouw webwinkel (in oprichting) met deze informatie kunt doen .

Hoe groot is de markt?

In 2012 kocht de Nederlandse consument voor in totaal 9,8 miljard euro aan producten en diensten via het internet. Met 88 miljoen online bestellingen werden 13% meer online aankopen gedaan dan in 2011. ‘Ondanks crisis naar bijna 10 miljard!’ kopten de media.

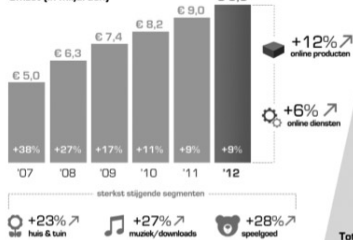
Vooral het online kopen van producten neemt nog steeds flink in populariteit toe, het afgelopen jaar kochten we 12% meer tastbare producten via webwinkels dan in dezelfde periode in 2011. Wijnand Jongen, directeur van Thuiswinkel.org, zegt hierover: ‘Consumenten hebben de voordelen van het online verkoopkanaal nu echt ontdekt en omarmd. De koopbereidheid op het internet zal blijven groeien. Dit geldt zeker voor het mobiele kanaal; de verkopen via mobiel (via smartphone of tablet) stijgen explosief. Deze ontwikkeling zorgt voor een verdere groei van de webwinkelmarkt. De toekomstige groei zal wel vooral uit ervaren kopers moeten komen, de aanwas van nieuwe kopers vlakkt verder af.’

Onderzoek heeft uitgewezen dat het aantal retailketens met een eigen webshop in de afgelopen drie jaar is verdubbeld. Vooral kleding- en schoenenformules zijn de kansen van e-commerce gaan inzien. Het percentage fashion retailers met een webwinkel is van 9% naar maar liefst 46% gestegen. Ook steeds meer grote retailers in de doe-het-zelfsector, de lifestylebranche en de boekenbranche openen in deze periode een webwinkel. Er zijn daarnaast duidelijke verschuivingen in het internetverkeer en dus ook in de verkoopcijfers aan te wijzen, het aandeel van verkopen via mobiel (smartphones en tablets) wordt steeds groter.

THUISWINKEL MARKT MONITOR 2012

De omzet van de online markt stijgt in 2012 naar € 9,8 miljard. Een toename van 9% ondanks aanhoudende crisis en laag consumentenvertrouwen. De stijging komt vooral uit online productverkoop. De belangrijkste drivers van de online groei zijn de toename in aantal bestellingen en blijvende groei van de grote segmenten.

Omzet (in miljarden)



thuiswinkel.org

blauw

Totaal aantal bestellingen

Online kopers bestellen steeds meer online, gemiddeld 8,3 bestellingen per persoon. In totaal zijn in 2012 88 mln. orders geplaatst.



Aantal online bestellingen per persoon

Consumenten doen steeds vaker kleine bestellingen.



Totale besteding per persoon

Doordat kopers vaker via internet bestellen, is het totale bedrag dat zij per persoon in 2012 besteed hebben hoger dan in 2011.

Alle feiten en cijfers vind je bij Thuiswinkel.org

Paul Nijhof, CEO en mede-eigenaar van Wehkamp, verklaarde op 2 november 2012. dat men bij Wehkamp verwacht dat in 2014 de helft van de totale omzet uit het mobiele kanaal zal komen. Dus via tablets of smartphones. In ons interview voor dit boek zegt hij: 'In 2013 kunnen we waarschijnlijk al 25% van onze omzet toeschrijven aan de verkoop via tablets. Deze worden steeds toegankelijker voor een breder publiek, ze worden goedkoper. Voor ons een uitstekend kanaal om onze doelgroep – de naar inspiratie op zoek zijnde vrouw met koopintentie – te bedienen. Wij gaan dan ook flink investeren in verdere optimalisatie van de site voor tablets. En ook voor smartphones, omdat die veelal worden gebruikt ter oriëntatie op een aankoop.'

Hoe ziet de markt er nú uit?

Het is duidelijk, de komende jaren zal er ieder jaar meer online worden uitgegeven dan het jaar ervoor. Dat wijst de praktijk uit en de stijgende lijn wordt nog een aantal jaren doorgetrokken.

Maar... het is niet alleen interessant om te weten wat de totale grootte van de markt is. Hoe de markt eruit ziet – net nu je je webshop verder wilt gaan professionaliseren – dát is belangrijk.

Volgens onderzoek (oktober 2012) van de Kamer van Koophandel en het Economisch Bureau van ING blijft er een stijgende lijn zichtbaar in de aanwas van nieuwe bedrijven in de categorie 'detailhandel via post-order en internet'.

Het aantal stoppers is ook nog nooit zo hoog geweest. De KvK verklaart dat slechts een klein percentage stopt vanwege een faillissement. Een veel groter deel stopt ermee omdat het gewoon te veel werk wordt, omdat het niet valt te combineren met een baan, of omdat men de middelen niet heeft om te kunnen groeien.

Ondertussen ziet het onderzoeksbureau van ING dat steeds meer bestaande 'fysieke' retailers zich op e-commerce gaan richten. Volgens de bank gaat het daardoor voor startende ondernemers lastiger worden om een plekje in de markt te bemachtigen en zich te onderscheiden. Dat is niet per se slecht, het ligt eraan hoe ondernemers hiermee omgaan. Dit verklaarde ING naar aanleiding van het onderzoek op zijn website:

EMERCE
ONLINE BUSINESS, MEDIA & MARKETING

O'REILLY Velocity
Web Performance and Operations
EUROPE

BNR BEURS EN ECONOMIE
HOME | BEURS | TOPICS | PROGRAMMA'S | EVENEMENT

Adformatie
SHILL | MOBILITY WEEK | FORMATE 2012 | SCHULDENCRISES | PERSONALISATIE

NEWS | TOPICS | EVENTS | MAGAZINE | EBOOK | WHITEPAPERS

nieuws
opinie
campagnes
achtergrond

overzicht
reclame
marketing
media
creatie

Q+ Nieuwe tool van Google voor personeelsmanagement
HBO dit najaar

Don Ball Tullman
25 JUNI 2012 10:29 | GEBRUIK

VORIGE

Kleine webwinkel heeft het moeilijk




Kleine webwinkel redt het niet
Interactief Marketing 22 JUNI 2012, 7:17
Hoewel het aantal webwinkels in Nederland nog steeds groeit, kleine webwinkels na een paar jaar alweer stoppen.


De kranten stonden er vol mee: het runnen van een webshop is serious business.

‘De e-commercemarkt gaat er anders uitzien vanaf 2012. Allereerst door dat de toestroom van nieuwe ondernemers in de branche gepaard gaat met de ontwikkeling dat steeds meer bestaande (fysieke) retailers zich op e-commerce richten. Hierdoor wordt het voor nieuwe ondernemers steeds lastiger onderscheidend vermogen te bieden. E-commerce professionaliseert bovendien in rap tempo. Als gevolg nemen de vereiste investeringen in websites toe en wordt de toetredingsdrempel verhoogd. Daar komt bij dat de huidige economische omstandigheden niet gunstig zijn. Een zeer laag consumentenvertrouwen en dalende koopkracht hebben een drukkend effect op de consumentenbestedingen.’

En ze hebben gelijk gekregen.

In juni 2012 verscheen een onderzoek van Thuiswinkel.org waaruit bleek dat een op de vijf kleinere webwinkels binnen een jaar stopt... Redenen?

- Vooral beginnende ondernemers onderschatten het runnen van een webwinkel.
- Veel webwinkels zijn niet onderscheidend genoeg
- Het aantrekken van vreemd vermogen is lastig en dat is een beperkende factor voor noodzakelijke groei.
- De concurrentie wordt sterker.

Wat betekenen deze ontwikkelingen voor jou en de webwinkel die je met hard werken hebt opgebouwd?

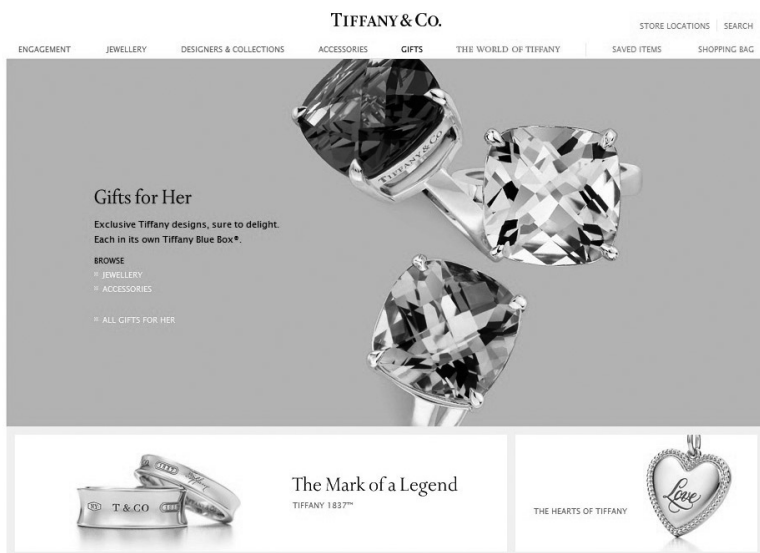
- Je krijgt iets minder concurrentie van startende kleinere ondernemers met een webshop, omdat de consument papa & mama-webwinkeltjes vaker links laat liggen.
- Enkele van jouw directe concurrenten in dezelfde 'klasse' en grootte als jij, zullen het niet redden wegens gebrek aan middelen en focus om te groeien.
- Je krijgt meer concurrentie van fysieke winkelketens die online gaan verkopen.
- Je krijgt meer concurrentie van grote online bedrijven uit het buitenland.
- Je krijgt meer concurrentie van de grote Nederlandse e-commercebedrijven die nu de markt aanvoeren. Principe: 'de groten worden groter'.

Ik kan je dus niet blij maken met enkel jubelverhalen. Net als in iedere volwassen markt is het ook in e-commerce zo dat je moet dealen met de veranderingen die deze volwassenheid met zich meebrengt. Daarnaast is het zo dat er online elke dag wel iets 'nieuws' is. En dat je continu bezig bent met bijblijven. Maar juist het feit dat de online omgeving het ideale klimaat voor pioniers vormt, maakt dat er in deze markt bij uitstek nog kansen genoeg zijn.

Kans 1: Nieuwe auto kopen? Stel hem zelf online samen en reken 'm af

Op dit moment is een opmerkelijke groei waar te nemen in de deelmarkten voor tastbare producten. Diensten als reizen en verzekeringen worden al geruime tijd online aangeboden, dus de explosieve groei is er in deze segmenten uit. Er is een stabiele marktsituatie ontstaan. Echte verschuivingen treden op in markten waarin internetverkoop tot voor kort onwaarschijnlijk of zelfs onmogelijk leek. Zoals de markt voor schoenen, exclusieve juwelen, nieuwe auto's, meubilair, kunst, zeldzame wijnen en andere luxeproducten. Dé drempel die ondernemers in deze vakgebieden jarenlang noemden als reden voor het feit dat een webwinkel in deze producten geen enkele kans van slagen zou hebben,

was dat de consument schoenen wil passen, een diamanten collier om de hals wil zien en op een bank wil zitten vóór tot aankoop van het product wordt overgegaan. Zo dachten consumenten er inderdaad over. Nu zijn het vertrouwen in het doen van online betalingen (voor de aankoop of erna), in verzend- en retourregelingen en de pure gemakzucht van de consument zo sterk toegenomen, dat je in principe alles online kunt verkopen. Je vindt altijd afzet.



Diamant van tienduizend euro kopen? Shop hem online bij Tiffany's.

Kans 2: Sciencefiction wordt realiteit

De thuiswinkelbranche speelt beter dan ooit tevoren in op de (groeien-de) gemakzucht van de consument. En volgens alle Webhelden uit dit boek liggen daar voorlopig de grootste kansen, die allemaal mogelijk worden gemaakt door technologische vooruitgang. Haarscherpe productfotografie, online pasmodellen en de mogelijkheid om een foto van jezelf/je interieur te uploaden om te kijken of een item bij je past, brengen het product nu al zó dicht bij de consument dat hij makkelijker over de streep te trekken is dan ooit. Ook de steeds betere informatie-

Sieraden Horloges **Diamant Atelier** Bedelsieraden Accessoires Kids Corner Membersale Nieuws Over Bouman Exclusief

U bevindt zich hier: Home > Diamant Atelier



NEW

Ontdek ons klassieke montuur: Amsterdam

► Creëer uw eigen ring

Amsterdam
► [Creëer uw eigen ring!](#)

Londen

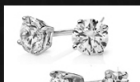
New York

Bezoek Bouman

 Zoek direct naar een diamant: Selecteer de grootte van uw diamant.

0.15 - 0.19 0.20 - 0.24 0.25 - 0.29 0.30 - 0.34 0.35 - 0.39 0.40 - 0.49 0.50 - 0.59 0.60 - 0.69 0.70 - 0.79 0.80 - 0.89 0.90 - 1.50 **OK**





Uw Online Diamantair

- Persoonlijk geselecteerde diamanten.
- Altijd voorzien van een certificaat.

Bij middenstander Bouman Juwelen uit Culemborg, kun je via hun webshop Boumanonline.nl (winnaar Thuiswinkelawards) online je eigen diamanten juwelen samenstellen en aanschaffen.

voorziening (productspecificaties, teksten, demovideo's) en verregaande vormen van serviceverlening (bijvoorbeeld geautomatiseerd stofstalen toesturen) dragen daaraan bij. De meest succesvolle online ondernemers zeggen unaniem dat ze dit jaar en de komende twee tot drie jaar het meest zullen investeren in techniek. Omdat ze hierin, naast het strategisch uitdiepen van hun concept, de grootste mogelijkheden zien om zich te onderscheiden. Kun je nagaan wat er straks allemaal mogelijk is zodra de consument massaal het mobiele webwinkelen omarmt, het webshoppen via de televisie en de integratie van e-commerce in domotica (dat je via een scherm op je koelkast de boodschappen bestelt).

Groeiers: wonen, tuin, cosmetica & verzorging

In welke sectoren zijn de kansen op het gebied van e-commerce nu het grootst? Het moet gezegd worden dat in principe in alle sectoren de kansen voor e-commercesucces voor het oprapen liggen. Met een goed concept kan iedere ondernemer, in elk marktsegment, heel ver komen.

De markt, de consument, de regelgeving, alles is in de snelle thuiswinkelbranche voortdurend aan verandering onderhevig en verandering biedt kansen. De CEO's van de grootste onlineshops van Nederland verklaren unaniem dat de komst van grote buitenlandse partijen alleen maar een zegen is voor de totale markt, omdat er nog meer *awareness* voor online kopen zal ontstaan bij de consument. En dat dwingt retailers en e-tailers (straks waarschijnlijk steeds meer hybride) dan weer om stappen te ondernemen, om te groeien. Uit recent onderzoek van Nielsen en OC&C blijkt bijvoorbeeld dat over vijf jaar zestig procent van de verkoop van consumentenelektronica naar internet zal zijn verschoven. Daarnaast zal tussen de dertig en vijftig procent van alle kleding online worden verkocht en zal dertig procent van de levensmiddelen via internet worden besteld. Ook voor wonen, tuin, cosmetica en verzorging zijn de voorspellingen louter positief. 'Dit is echt nog maar het begin,' stelt Wehkamps voormalige CEO en mede-eigenaar Paul Nijhof.

Kans 3: Ga de grens over!

Omdat internet het kopen op afstand als geen ander kanaal faciliteert, liggen er de komende jaren ontzettend veel kansen in het verschiep in cross border e-commerce. Ja, ook voor Nederlanders die met hun webshop andere EU-landen willen bedienen. De EU-consument heeft een creditcard en een iPad en hij heeft inmiddels begrepen dat hij naast stedentrips ook goederen bij webwinkels uit overzeese/buurlanden kan afrekenen. Het consumentenvertrouwen in cross border e-commerce neemt toe, met dank aan giganten zoals Amazon die vrijwel elke uithoek van de wereld zonder problemen bedienen. Tijd dus om mee te surfen op de golf waarover je in het laatste hoofdstuk van dit boek alles leest.

Niet meer doen

Het elimineren van consumentenergernissen op het gebied van online shoppen, kun je ook zien als een grote kans voor je webwinkel. Niet meer doen vanaf vandaag:

- je telefoonnummer (weergegeven met hele kleine cijfertjes) verstoppen op