



Groeit uw webwinkel mee met uw ambities?

- Wat is de motivatie van online ondernemers, tegen welke problemen lopen zij aan, en wat zijn de fundamenten voor groei?

Groeit uw webwinkel mee met uw ambities?

6 fundamenteën voor groei van uw webwinkel

Ondernemen op internet. Het begint met een droom of juist doordat de bakstenen winkel perfect kan worden aangevuld door een winkel opgebouwd uit bits en bytes als extra service naar bestaande klanten. Voor anderen is een webwinkel de mogelijkheid om internationale markten te betreden en zo verdere groei te realiseren. Wat de reden ook is, de markt voor online verkopen is sterk groeiende en veel ondernemers grijpen hun kans.

Maar na die vliegende start en de (opkomst van) concurrentie hoe zorgt u voor verdere groei van uw webwinkel en hoe kunt u uw ambities realiseren?

PayPal, toonaangevend in online betalen, heeft onder 200 MKB webwinkels onderzoek gedaan naar de motivatie van webondernemers en de moeilijkheden waar ze tegenaan lopen bij de groei van hun webwinkel. De verschillende aspecten van succesvol online ondernemen behandelen wij hier voor u.

Webwinkelen in Nederland

De thuiswinkel markt is sterk gegroeid in de eerste helft van 2009. Onderzoek van Thuiswinkel.org toont dat de omzet in de thuiswinkel branche is gestegen naar 2.7 miljard euro in de eerste helft van 2009. Dit is een stijging van 19%. De verwachting is dat de totale omzet naar 6 miljard euro kan stijgen in 2009.

Het bedrag dat online wordt besteed is ook flink groeiende. Dat is met 13% gestegen naar 380 euro. Ook worden er meer transacties gepleegd per consument: 3.3 bestellingen per persoon, wat een stijging van 20% is. In Nederland zijn er 11 miljoen actieve internetters. 77% hiervan heeft ooit een online bestelling gedaan. In het eerste half jaar van 2009 hebben 7,1 miljoen consumenten online een bestelling gedaan. Een kwart miljoen mensen hebben in de eerste helft van 2009 voor het eerst een online aankoop verricht.

In Nederland zijn er ongeveer 15000 webwinkels. En onderzoek van Thuiswinkel.org laat zien dat ieder jaar nog steeds vele nieuwe webwinkels verschijnen.

Daarnaast zijn er nog eens tienduizenden professionele verkopers in Nederland die hun producten op eBay en/of Marktplaats.nl verkopen.

Waarom een webwinkel beginnen?

De aanleiding voor het opzetten van een webwinkel verschilt van ondernemer tot ondernemer:

- Men verkocht eerst via eBay en dat was dusdanig succesvol dat men besloot een eigen webwinkel te beginnen.



- Men ontdekt een latente behoefte of een andere toepassing van een bestaand product/dienst die men denkt beter te kunnen bedienen middels een webwinkel
- De digitale winkel is een perfecte aanvulling op de stenen winkel vanuit het oogpunt van een betere service (24/7 open en bereikbaar) en/of biedt de mogelijkheid om internationale markten te bedienen.

Verschillende typen ondernemers

De ondernemers die besluiten een webwinkel te beginnen zijn dan ook te typeren in 3 categorieën:

- De amateur die vanuit zijn zolder/ vanaf de keukentafel verkoopt.
- De pionier die een „nieuwe“ behoefte identificeert en dit idee tot leven wilt brengen en bedienen via een webwinkel.
- De kapitalisator: de ondernemer die zijn offline succes wilt verzilveren op het web als aanvulling op zijn fysieke winkel.

De **amateur** ontdekt dat op handelssites zoals eBay het moeilijk is zich te onderscheiden door de veelheid en diversiteit van de producten. Daarnaast heeft deze type ondernemer met zijn omzet een omslagpunt bereikt en zijn er mogelijkheden ontstaan om kosten-efficiënt een webwinkel te beginnen.

De amateur heeft een eerste contact met de markt gehad. Door de ervaring met verkopen op eBay heeft deze ondernemer enige kennis van online marketing. Hierdoor is er ook sprake van enige terugkerende klanten en heeft deze door zijn verkopen op eBay al enige omzet gerealiseerd die voor marketing kan worden gebruikt. Ook weet deze ondernemer ongeveer bij wie hij moet zijn voor hulp.

De **pionier** heeft een drang naar onafhankelijkheid en wil met zijn idee de markt op om te zien of zijn idee aanslaat. Het beheren en groeien van de webwinkel is een avontuur. Risico nemen is een integraal onderdeel van ondernemen en wordt voor lief genomen.

De pionier onderneemt vanuit een visie, een droom die hij graag wilt realiseren. Deze ondernemer kenmerkt zich door een beperkt kennis van online marketing en weet ook niet hoe hij zijn potentiële klanten kan bereiken. Mensen in zijn omgeving helpen hem vaak bij de opzet van zijn webwinkel gegeven de zeer beperkte financiële middelen.

De **kapitalisator** is de gevestigde ondernemer die ziet dat de consument steeds vaker zich tot het internet wendt voor het doen van aankopen. Deze ondernemer ziet de groei van verkopen op internet, leest de succesverhalen en wordt daardoor verleid tot het openen van een webwinkel. Deze ondernemers zijn door het openen van een webwinkel in staat om nieuwe (internationale) markten te betreden, hun service te vergroten door 24/7 open te zijn en zo ook hun offline verkooppunt te versterken.

Voor meer informatie www.paypal.nl/zakelijk of bel 0900 265 89 50

De ervaring en kennis van deze ondernemer ligt vooral op het gebied van verkopen op de traditionele manier en hij/zij heeft dan ook uitgebreide kennis van de meer traditionele marketing instrumenten. Door de verkopen via het fysieke kanaal heeft deze ondernemer een bestand opgebouwd van terugkerende klanten die hij nu ook voor zijn webwinkel kan benaderen. De financiële ruimte waar deze ondernemer over beschikt, stelt hem ook in staat om specialisten in te huren danwel inhouse specialisten aan te nemen.

Oei, ik groei! – of toch maar liever niet?

Wanneer de webwinkel er eenmaal staat, is voor alle 3 typen ondernemers het voornaamste doel groei. Maar groei gaat gepaard met frustraties omdat de webwinkel niet meegroeit met de ambities van de ondernemer. Daarom besluiten sommige ondernemers dat verdere groei niet wenselijk is. De Hebreeuwse uitdrukking „ik wens je veel personeel“ roept bij hen administratieve rompslomp, omslachtigheid en beperking van hun zelfstandigheid op. Zij besluiten dan ook kleinschalig te blijven en de webwinkel als ZZP-er te runnen.

Andere ondernemers willen wel doorgroeien maar lopen tegen muren op. Op verschillende terreinen kampt de ondernemer met problemen omdat ondernemen op internet nu eenmaal andere regels kent en andere krachten een rol spelen.

De 6 fundamenteën van groei

Onderzoek in opdracht van PayPal en verricht door Insite Consulting in april 2009 onder 200 MKB webwinkeliers toonde dat 6 fundamenteën de basis vormen voor groei van webwinkels.

Deze 6 fundamenteën voor groei behandelen wij graag hier voor u.

1. If you build it, they will come!

Bouw van uw webwinkel

Teddy Roosevelt zei het 100 jaar geleden al: Bouw iets grandioos en de toeristen komen vanzelf.

Maar hedentendage geldt deze spreuk toch in beduidend mindere mate op het internet waar het bouwen van een webwinkel op zich al een hele klus is voor vele ondernemers. 23% van de ondernemers gaf aan zich te hebben verkeken op de tijd die ze dachten nodig te hebben voor de realisatie van hun webwinkel. 12% had moeite met het vinden van de geschikte partner voor het technische aspect.

Om uw webwinkel daadwerkelijk op te starten zijn er een aantal mogelijkheden. Het is van belang zorgvuldig na te denken over uw domeinnaam, een eenvoudige URL is de sleutel tot het genereren van

verkeer naar een website. Vooral als het verwerkt moet worden in bijvoorbeeld reclamemateriaal maar ook voor huidige bezoekers die hun weg terug naar uw website moeten vinden.

Om online aanwezig te zijn dient u uw website "gehost" te worden door een webhostingbedrijf. Bij de keuze van een webhostingbedrijf zijn er een aantal punten waar u rekening mee dient te houden zoals kosten, betrouwbaarheid, bandbreedte, serversnelheid, technische ondersteuning en heel belangrijk, veiligheid.

Voor het opzetten van uw website kunt u zelf uw website vanaf de grond aan opbouwen of gebruik maken van een vooraf gebouwde oplossing met standaardfuncties en sjablonen die u zelf naar wens kan aanpassen. Voor veel organisaties is dit een goede oplossing, u kunt namelijk beginnen met een basispakket en geleidelijk aan de functionaliteiten verder uit breiden.

Let op de volgende zaken bij de ontwikkeling van uw webwinkel:

- * Registratie van uw domeinnaam
- * Bouwt u de site helemaal zelf of maakt u gebruik van sjablonen of maatwerk?
- * Is uw webwinkel altijd in de lucht dankzij een goed hostingbedrijf?

2. Een kloddertje hier, een kloddertje daar

Het ontwerp van uw webwinkel

Uw webwinkel is uw visitekaartje en etalage naar de wereld. Bij het ontwerp van uw site dient u niet alleen na te denken over uw identiteit en hoe u zich wilt presenteren. Zorg voor een eenvoudig te onthouden webadres die tegelijk voldoende beschrijvend en relevant is voor wat u uw potentiële klanten te bieden heeft.

Maar ook de gebruiksvriendelijkheid en navigatiemogelijkheden zijn zeer belangrijk. Met weinig tijd (maximaal 2 minuten) om de consument voor u te winnen, is het belangrijk de behoefte van de consument te begrijpen en uw webwinkel daar op in te richten.

Denk bij het ontwerp van uw webwinkel aan het koopproces. Bezoekers doorlopen een proces waarbij ze eerst in uw webwinkel belanden en vervolgens rondkijken om uiteindelijk een keuze te maken. Help uw bezoeker hierbij door een logische navigatiestructuur waarbij u de bezoeker in enkele kliks leidt naar het gekozen product, aanverwante producten en de winkelwagen.

Houdt uw webwinkel overzichtelijk en rustig. Dit verhoogt de leesbaarheid. Maak direct duidelijk wat uw webwinkel te bieden heeft.

Probeer ook uw producten kernachtig weer te geven met scanbare tekst. U heeft slechts korte tijd om de bezoeker te overtuigen. Tekst op internet wordt gescand in plaats van gelezen.

Bij het ontwerp van uw webwinkel dient u niet alleen uw potentiële klant voor ogen hebben, maar zeker ook Google. In dit artikel gaan we hier niet uitvoerig op in, maar let bij het ontwerp van uw site op de volgende aspecten:

- Zorg voor een duidelijke structuur van uw webwinkel
- Gebruik woorden zoals die door uw bezoekers wordt gebruikt
- Gebruik geen frames
- Minimaal gebruik van flash
- Voeg een sitemap pagina toe
- Voorkom vertragingen door zware animaties
- Creëer zoekmachine vriendelijke URLs

Voor een goede ranking in de zoekresultaten van zoekmachines zoals Google zijn nog meer zaken van belang, maar bovenstaande items zijn vooral belangrijk bij het ontwerp.

3. Ik denk, dus ik besta = ik onderneem op internet, besta ik dan ook?

Weten uw klanten uw webwinkel te vinden?

Dat de webwinkel live is, betekent nog niet dat u ook voor uw doelgroep bestaat. Immers het internet kent vele miljoenen websites en hoe zorgt u nou dat internetshoppers nu net uw webwinkel uitkiezen om bij te shoppen en een aankoop te verrichten?

Veel MKB ondernemers op het internet hebben moeite om bezoekers naar hun webwinkel te trekken. Ze voelen zich een roepende in de woestijn. Er zijn amper terugkerende bezoekers en weinig mensen weten uw winkel te vinden? Verkeer naar de website realiseren blijkt voor 43% van de ondernemers als moeilijk te worden ervaren, zo blijkt uit onderzoek van Trendbox in aug 2009.

De belangrijkste punten op uw checklist:

- * Gevonden worden op de juiste zoekwoorden in zoekmachines zoals Google
- * Inzet van affiliate marketing (promotie van uw webwinkel op andere websites)
- * PR: nieuwswaardige feiten gebruiken voor publiciteit
- * Een goede positie in vergelijkingssites zoals bijv. Kieskeurig, Kelkoo en Vergelijk.nl

Bij het bepalen van uw marketingstrategie zijn een aantal specifieke punten van belang. Een goed idee van wie uw doelgroep is en uw unieke verkooppunten helpen om uw strategie verder te verfijnen.

De meeste consumenten beginnen hun online winkelervaring op een zoekmachine. Om goed gevonden te worden in de zoekmachine is SEO of "zoekmachine optimalisatie" daarom uiterst belangrijk voor uitbreiding van het aantal bezoekers op uw website. Door middel van SEO hulpmiddelen zoals analyses, URL- en zoekwoorden- generators kunt u makkelijk uw webwinkel optimaliseren.

Er zijn een aantal zaken waar u rekening mee dient te houden voor een goede ranking in zoekmachines:

- De juiste keywords (zoektermen)
 - o Op welke woorden wordt u gevonden, hoe is de concurrentie op deze woorden, hoe zoekt uw bezoeker?
- Schone programmeercode
 - o Zorg dat indexeerbare content zo hoog mogelijk in de code staat
 - o Plaats alle javascript en css extern
 - o Volg de richtlijnen van het World Wide Web Consortium (W3C)
- Maak gebruik van tags
 - o Gebruik een beschrijvende title tag
 - o Gebruik Keyword meta tags
 - o Gebruik alternatieve tekst voor images in uw webwinkel
 - o Gebruik de headlines zoals H1, H2 enz.
- Content
 - o Schrijf unieke content
 - o Gebruik geen onzichtbare tekst
 - o Probeer de keyword dichtheid zo hoog mogelijk te maken
- Link strategie
 - o Zorg dat zoveel mogelijk relevante sites naar uw webwinkel linken
 - o Meld je aan bij de zoekmachines
 - o Plaats je belangrijkste keyword in de link

Zoekmachine marketing is meer gericht op het betaald adverteren in zoekmachines. Specifieke zoekwoorden gerelateerd aan uw producten verhogen de kans dat een consument bij u gaat winkelen.

Ook offline is het belangrijk uw webwinkel te promoten. Bijvoorbeeld via briefpapier, flyers, stickers, visitekaartjes en ander drukwerk. Hoe vaker uw logo gezien en herkend wordt, hoe meer verkeer u op uw site zal krijgen.

Naast het aantrekken van nieuwe consumenten is het belangrijk uw bestaande klanten tevreden te houden en verder te activeren. Efficiënte orderprocessen en adequate klantenservice kunnen uw online

reputatie sterk verbeteren. Het opzetten van e-mailcampagnes brengt veel mogelijkheden met zich mee. U kunt doelgericht communiceren en direct inspelen op resultaten.

Bovenstaande oplossingen geven een idee hoe u uw marketingstrategie kan inrichten, er zijn ook handige softwarepakketten beschikbaar die u verder helpen met de opzet, beheer en uitvoering van deze oplossingen.

4. Kijken, kijken, ~~niet kopen~~, klikken, bestellen, betalen

Conversie van bezoekers naar kopers

De ervaring die een consument heeft bij het bezoeken van uw website is van groot belang, er is namelijk geen winkelpersoneel dat de consument in de juiste richting helpt. Klanten moeten duidelijk kunnen navigeren en vinden wat ze zoeken. Zodra een aankoopbesluit is genomen, wilt u zo min mogelijk stappen in het betaalproces om afhaken te voorkomen.

Bezoekers doorlopen een aantal stappen wanneer ze in uw webwinkel belanden: Komen, Kijken, Kiezen, Kopen, Terugkomen. Door vertrouwen te winnen en de acties die uw bezoekers verrichten te analyseren, kunt u uw bezoekers verder in dit proces sturen en ze converteren tot kopers.

Vertrouwen is cruciaal. Als de bezoeker niet het gevoel heeft dat hij in uw webwinkel veilig en eenvoudig het gewenste product kan kopen, zal hij uw webwinkel verlaten en zijn uw inspanningen om de bezoeker überhaupt in uw webwinkel te krijgen tevergeefs geweest.

Vertrouwen wint u door klantervaringen te tonen, maar ook door prominent te tonen hoe uw bezoeker met u in contact kan komen bij vragen. Daarnaast kunnen logo's van betrouwbare partners en brancheorganisaties de bezoeker een vertrouwd gevoel geven. Vermeld daarom op strategische plekken in uw webwinkel bijv. uw lidmaatschap van de Thuiswinkel Organisatie en de betaalmethoden die u biedt, zoals op de homepage, de productpagina en de betalingspagina. Dit zodat uw potentiële koper weet dat hij veilig een aankoop kan verrichten bij u en een bepaalde mate van bescherming geniet.

Het betaalproces is het laatste stukje in het proces, maar zeker niet het onbelangrijkste. Onderzoek van PayPal toont namelijk aan dat 1 op de 2 kopers alsnog afhaakt in dit stadium, simpelweg omdat het betaalproces teveel stappen omvat of dat de sessie verloopt en de backbutton in de browser de koper niet op de juiste pagina brengt. Houdt uw betaalproces daarom zo kort mogelijk en biedt uw potentiële koper de mogelijkheid om te kiezen voor zijn favoriete betaalmethode. U kunt zelf de verschillende betaalmethoden integreren in uw webwinkel of u kunt dit uitbesteden via een zgn. Payment Service Provider en zo alle beschikbare betaalmethoden aanbieden in uw webwinkel.

Checklist:

- * Geef uw klanten de gelegenheid te kiezen voor hun favoriete betaalmethode
- * Zorg voor een eenvoudig betaalproces door deze zoveel mogelijk te verkorten
- * Wek vertrouwen door prominente vermelding van logo's van branche organisaties en de aangeboden betaalmethodes

5. Busje komt ~~z~~ de volgende dag

Bestellingen op tijd en correct afleveren bij uw klant

Een soepele verwerking van uw orders is essentieel voor de klantervaring en beïnvloed andere processen binnen de organisatie. Een goed overzicht van uw voorraad en planning van nieuwe bestellingen helpen u bijvoorbeeld kosten te besparen in uw opslagcapaciteit.

U kunt er voor kiezen zelf voor opslagcapaciteit en verzending te zorgen. Als uw bestellingen groter in omvang zijn, is het verstandig een partij in te schakelen die de verzending voor u verzorgt.

Het is ook mogelijk een gespecialiseerde partner te kiezen die de gehele logistieke afhandeling verzorgt. Dat wil zeggen van het moment dat een order binnenkomt, de opslag van producten, het inpakken van de bestelling tot de bezorging bij de consument.

Checklist:

- * Goed voorraadbeheersysteem zodat bestellingen niet nodeeloos worden vertraagd doordat een item niet op voorraad blijkt te zijn
- * Eigen opslagcapaciteit of geheel uitbesteden aan een specialist

6. Leuker kunnen we het niet maken en gedaan worden moet het toch

Administratie en regelgeving van uw webwinkel

Tja administratie, belasting en regeltjes. Wat dat betreft is er weinig verschil tussen online ondernemers en andere ondernemers.

Bij het plannen van uw webwinkel denkt u na over alle belangrijke onderdelen van bedrijfsvoering. Voorraadbeheer, bestellingen en leveringen, maar ook wijzigingen in prijs, promotie en marketing van uw website moeten worden gebouwd om te voldoen in de behoeften van uw bedrijf en zo soepel en efficiënt mogelijk te opereren.

Als uw organisatie al offline activiteiten heeft, kunt u een bestaand systeem of een databank aansluiten op de back-end van uw website, deze is dan altijd up-to-date met informatie over de beschikbaarheid van producten, prijzen, enz. Als u het bedrijf van de grond af start, kunt u uw operationele structuur samen met de planning van de website invullen.

U dient ook te voldoen aan de wettelijke eisen die aan een webwinkel gesteld worden. De belangrijkste zijn informatieverplichting van de ondernemer en terugzendtermijn van de klant. U dient bijvoorbeeld duidelijkheid te geven over bedrijfsgegevens en klanten te informeren over prijs, kenmerken, betaalwijze en levering. De consument heeft ook altijd recht op een bedenktijd van 7 dagen om het bestelde product terug te zenden.

Kortom, een transparante uitstraling van uw webwinkel, met duidelijke voorwaarden, service en productinformatie wint het vertrouwen van de consument.



Aan de slag - Webwinkel Groeipakket

Realiseer meer groei en bespaar honderden euro's!

PayPal helpt u graag om uw webwinkel mee te laten groeien met uw ambities. Daartoe hebben wij verschillende partners die voor elk van de 6 fundamenteën een passende oplossing hebben en een bijbehorende scherpe aanbieding voor webwinkels die PayPal als betaalmethode aanbieden in hun webwinkel.

4 redenen om te kiezen voor PayPal

1. Meer bezoekers en kopers

PayPal is met ruim 2 miljoen rekeningen in Nederland en 190 miljoen rekeninghouders wereldwijd de meest geaccepteerde online betaalmethode wereldwijd. Geselecteerde webwinkels komen daarnaast in aanmerking voor ons gratis co-marketing programma waarbij we webwinkeliers de mogelijkheid bieden om in contact te komen met onze miljoenen gebruikers.

2. Altijd een passende oplossing

Voor ieder type webwinkel biedt PayPal u een scala aan mogelijkheden om uw klanten te laten betalen. Bekijk onze [productportefolio](#) voor de oplossing die het beste bij u past.

3. Geen opzetkosten of maandelijkse abonnementskosten

Met PayPal betaalt u uitsluitend voor de transacties die worden verricht met PayPal. Duidelijk en transparant. De kosten variëren van 1.5%-3.4% over het transactiebedrag plus €0.35 per transactie.

4. Simpel voor uw klant. Simpel voor u.

Biedt uw klant de mogelijkheid om te kiezen voor zijn favoriete betaalmethode. Met PayPal kunt u het betaalproces verkorten tot slechts 3 kliks. Uw klant hoeft slechts eenmalig zijn financiële gegevens met ons te delen en kan vervolgens eenvoudig en snel met zijn emailadres en wachtwoord betalingen verrichten met PayPal. Hiermee vermindert u de uitval in het betaalproces aanzienlijk.

PayPal integreren in uw webwinkel is zeer eenvoudig en prima zelf te doen. Via ons aanmeldsysteem opent u in 4 stappen een zakelijk account bij PayPal. U kiest vervolgens het product dat bij uw webwinkel past en plakt de geleverde HTML code in de code van uw webwinkel.

Kijk op www.paypal.nl/zakelijk voor het betaalproduct dat bij u past. Op www.paypal.nl/groei ziet u de verschillende partneraanbiedingen die u helpen uw ambities te realiseren

Contact opnemen met PayPal: 0900 265 89 50

Voor meer informatie www.paypal.nl/zakelijk of bel 0900 265 89 50