

natch
netting the big one

E-commerce Workout Guide

10 tips om je brein op te warmen
voor je met e-commerce begint.

FYI

Deze kleine gids biedt stof tot nadenken voor middelgrote bedrijven die met e-commerce willen starten.

Aan de hand van 10 thema's geven we de toekomstige webshopuitbater een voorproefje van de hersengymnastiek die hij moet uitvoeren om er een succes van te maken.

Per thema schetsen de Natch-consultants een mogelijke aanpak. Met de nadruk op 'mogelijke' want elke e-commerce oplossing hoort

uniek te zijn. E-commerce is niet samen te vatten in 10 losse punten maar laat deze 10 een startpunt zijn om uw e-commerce-plannen professioneel te concretiseren.

01. Business impact
02. Meetpunten
03. Zoeken
04. Vergelijken
05. Winkelkar
06. ERP-koppeling
07. Webteksten
08. Landingpages
09. Design
10. Inloggen

addendum: over Natch

01 Bizz impact

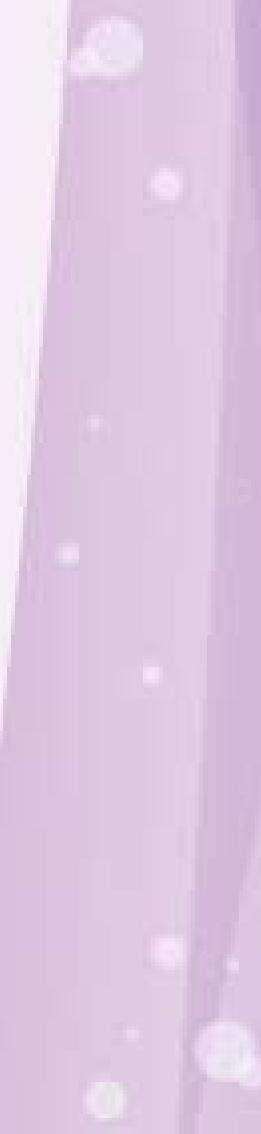
De 2 belangrijkste redenen om een e-commerce site op te zetten zijn meer verkopen of efficiënter gaan werken.

04 Net zoals onze concurrenten vertellen we graag over onze succesverhalen waar e-commerce zonder veel inspanning rendabeler bleek dan een extra verkoper. Of cases waar er gigantische productiviteitsverbetering optrad en nog andere waar grote happen van de omzet via de e-commerce website komen.

In de realiteit is er vaak wel iemand **dagelijks met de**

webshop in de weer, wordt er wél geïnvesteerd in SEO, online marketingcampagnes, en webadvertenties om van het webproject een succes te maken.

De inspanning eindigt niet wanneer uw webshop op het web prijkt. **Regelmatig updaten** en nakijken (ook wanneer u koppelt met uw ERP-pakket) en geregeld de statistieken **analyseren**, de concurrenten in de gaten houden zodat u actueel blijft, ... **Plan de investering voor een aantal jaren in**. En vergeet de impact op uw operationele processen niet in te schatten.



02 Meetpunten

De succesfactoren vastleggen voor uw e-commerce website is van cruciaal belang voor het project op lange termijn.

Meet deze factoren nu reeds in uw huidige bedrijfsvoering, dan hebt u een **goed referentiepunt**. Er valt trouwens meer op te volgen dan enkel de omzet gegenereerd door uw website.

Het aantal nieuwe klanten bijvoorbeeld dat via de website uw bedrijf leert kennen (maar misschien toch nog in het verkooppunt langskomt), het aantal inschrijvingen op uw promotie-nieuwsbrief, het

gemiddeld aantal artikelen per bestelling, de gemiddelde waarde per order, de tijd die uw werknemers nodig hebben om een order volledig af te werken, en ga zo maar door.

Stel samen met uw consultant een aantal KPI's (**key performance indicators**) op en evalueer ze periodiek zodat u kunt bijsturen wanneer nodig.

Als uw bedrijf gebruik maakt van de '**balanced scorecard**' kan dit ook toegepast worden op e-commerce.



03 zoeken

Surfers zijn zoekers en uw klant is dat ook. Als uw webshop niet snel de meest relevante producten oplijst na een zoekopdracht, heeft u al op voorhand verloren.

08 Zoeken gebeurt in fasen waarbij een **eenvoudig zoekveld** vaak de eerste stap is. Trefwoord, artikel of productcode intikken en 'gevonden'...

U moet geen e-commerce consultant zijn om te weten dat de realiteit anders is. Want uw klant kan misschien niet goed spellen of zoekt op een synoniem, en dat is uw probleem.

Teveel resultaten zijn dan ook weer niet echt efficiënt. De surfer wordt verlamd door de keuze. Een **geavanceerde zoekpagina** laat dan toe te zoeken binnen een productcategorie, of de resultaten te sorteren op pakweg prijs of een ander kenmerk.

Soms weet je bezoeker trouwens niet exact wat hij zoekt! Via **Guided navigation**, het gebruik van steeds specifiekere filters, begeleid je de klant tot aan het product waarvan hij niet wist dat hij het nodig had!





010

meer e-commerce workout routines

<http://www.frankwatching.com>

<http://www.twinklemagazine.nl>

<http://www.smashingmagazine.com>

<http://www.emerce.nl>

<http://www.plumbersurplus.com/Blog>

<http://www.retail-ecommerce.com>

<http://sellitontheweb.com/blog>

<http://www.google.com>

Enkele websites en blogs die onze Natch-consultants lezen om op de hoogte te blijven. Met een kritische blik valt er heel wat op te steken.

04 vergelijken

Online shoppers vergelijken er op los. Enerzijds binnen dezelfde webshop, anderzijds tussen concurrerende e-commerce websites. Webshops waar het moeilijk is om te vergelijken beginnen met een achterstand.

012

Maak het voor uw bezoeker gemakkelijk om zijn ideale product te vinden. Een artikel waar hij volledig achter staat en dat hij tot in de details kan researchen zal gemakkelijker aangekocht worden.

Een **vergelijkingsmodule** binnen uw website klaart deze klus

sneller. Producten komen naast elkaar te staan met hun belangrijkste eigenschappen waardoor kiezen, én beslissen een makkie wordt.

Hiermee maakt u het natuurlijk ook interessant om uw artikels of diensten te vergelijken met uw concurrenten.

Vrees niet, als u het niet zou doen, werd u zelfs niet opgenomen in de shortlist van uw klanten. Er zijn trouwens nog andere factoren buiten producteigenschappen die de **aankoopbeslissing sturen** zoals service, beoordelingen, pagina-opmaak, leveringsopties, betalingsmogelijkheden, etc.



05 winkelkar

*Hier gebeurt de magie!
Wat in het mandje
belandt, heeft de interesse
geprikkeld. Het is nog
geen garantie dat het ook
gekocht wordt maar nu kan
u er wat mee!*

014

Het winkelmandje wordt, tot grote frustratie van webshop-uitbaters, vaak initeel gebruikt als een persoonlijk **verlanglijstje**. Slechts een percentage wordt daarna een **werkinstrument** waar bezoekers producten toevoegen, aantallen wijzigen, leveringsopties evalueren en dat alles met een arendsoog op de prijs die dynamisch wordt aangepast.

Wanneer uw product een aanzienlijk bedrag kost of grote impact heeft bij uw klant, gaat hij niet over een nacht ijs. Daarom is het aan te raden om **winkelmandjes automatisch te bewaren** zodat ze bij een volgend bezoek klaar staan om besteld te worden.

En waarom zou je de surfer beknotten met slechts één winkelmandje? Met **meerdere mandjes** kan hij niet alleen vergelijken, maar ook gemakkelijk verschillende orders (voor zijn eindklanten bijvoorbeeld) plaatsen en het overzicht behouden.



06 ERP-koppeling

U beheert uw bedrijf efficiënt dankzij uw ERP-oplossing. Prijzen, klanten, relaties, stock, planning, facturatie, ... alle gegevens zitten netjes in uw database. Zet ze ook online optimaal in met Natch e-commerce software.

016

Laat bestellingen via een e-commerce site binnenstromen **in uw ERP-oplossing**.

Categorieën, prijzen, voorraad en andere verkoopgegevens uit de ERP worden in uw webshop getoond.

Ook andere ERP-processen kunnen ontsloten worden.

Helpdesk calls, productie, projectbeheer, distributie,... Het is vaak interessant om uw business partners inzicht te geven in uw werking. **Synchronisatie van uw administratief pakket** via een webportaal is hiervoor de uitgelezen kans.

Soms is menselijke tussenkomst zelfs helemaal niet nodig en kan uw ERP-pakket **rechtstreeks communiceren met de ERP-oplossing van uw klanten-** of leveranciersrelaties. Natch kan hiervoor het framework voorzien over EDI, XML, webservices of andere technische oplossingen.

ng



07 webteksten

Schrijven voor het web is een kunst op zich, maar u kunt het leren mits de juiste tips.

Grofweg zijn er twee soorten teksten op een e-commerce website. Enerzijds zijn er de **informatieve teksten** op algemene pagina's, bijvoorbeeld uw bedrijfsvoorstelling, nieuwsberichten en veelgestelde vragen.

Hier geldt: hoe beknopter, hoe beter want surfers lezen niet echt, ze scannen een pagina. **Korte zinnen**, met kernbergrappen voorop, doen

het goed. Direct taalgebruik met actieve zinnen, het mag gerust wat persoonlijk maar 'keep it simple'.

Anderzijds zijn er de **verkoopteksten** die uw artikels aanprijzen. Ze moeten sprankelen en de bezoeker 'goesting' doen krijgen. Ze moeten lezen als een trein, niet als een saaie productbeschrijving. Denk ook goed na over wat er op de **knoppen** staat. Gebruikt u 'Koop nu' of eerder 'Bestel hier'? Praat u in uw sector over een order of een bestelling, over een winkelmandje of een karretje?





onze sparringpartners

<http://www.bseen.be>

<http://www.xfactory.be>

<http://www.ogone.com>

<http://www.markomo.be>

...

Natch is sterk in e-commerce en biedt standaard voor een aantal andere webaspecten de basics aan. Als specifieke accenten voor uw business erg belangrijk zijn spreken we graag ons partnernetwerk van specialisten aan en coördineren we het project. Uiteraard werken we ook met partijen waarmee u eerder reeds positieve ervaringen hebt opgedaan.

08 landingpages

Als u op voorhand weet waarvoor een surfer langskomt, verwelkomt u hem best op een gepaste manier.

Voorzie uw webshop van de nodige **specifieke** landingspagina's, waar de bezoeker op terecht komt als hij uit speciale zoekresultaten doorklikt, die u kan gebruiken in uw offline communicatie, in nieuwsbrieven of advertenties. Een landingspagina hoort to-the-point te zijn met een duidelijke **call-to-action**, dus wees **overduidelijk** om uw mogelijke klanten te verleiden tot aankoop of conversie.

Gebruik uw voorkennis van deze specifieke paginabezoeker en focus met alle website-elementen op die ene reden van zijn bezoek. Hiervoor kunt u putten uit de magische marketing-trukendoos: laat je klanten proeven, voorzie 1 doel per landingspagina en overtuig hem met meningen van andere tevreden klanten.

Het is cruciaal om de bezoeker **snel te betrekken** en instant zijn behoeftes te vervullen. De regels van het spel zijn simpel: overtuig dat u beter bent dan de concurrentie, maar wees eerlijk en klantvriendelijk en dat op één pagina.

S



09 design

We bouwden webshops voor modemerken, elektro-groothandels en platenlabels. Geen enkele is ooit hetzelfde. Zorg dat ook de uwe écht uniek is.

Kies een **webdesigner** met ervaring! Kies niet klakkeloos uw huidige grafisch ontwerper. Bekijk kritisch de referenties van zijn website-ontwerpen.

Webdesigners hebben een **aparte kijk** om uw huisstijl om te vormen naar een oerdegelijke, gebruiksvriendelijke website die technisch perfect in elkaar zit en tegelijkertijd ook een

aangenaam werkinstrument is waar uw klanten en soms ook uw werknemers veel tijd in doorbrengen.

De **code** achter het ontwerp moet goed zitten zodat uw website vliegensvlug laadt en de surfer niet moet wachten. Alle elementen moeten op de juiste, **gebruiksvriendelijke plaats** zitten zodat iedereen ze intuïtief terugvindt.

En het geheel moet bij uw **imago** passen, mensen moeten zich vertrouwd voelen. Om deze 3 aspecten in een evenwichtig ontwerp te gieten heeft u een webdesigner nodig.



IO inloggen

Zich registreren wordt ervaren als een storende klus. Daarom kunt u op sommige webshops nu ook bestellen zonder de registratieprocedure.

Als u een surfer verplicht eerst een login aan te vragen vooraleer hij kan bestellen, is dit een **obstakel** in zijn bestelproces.

Als u niet op voorhand elke nieuwe klant wil goedkeuren, wat in sommige B2B-gevallen wél aan te raden is, adviseren we om de registratieprocedure **áchteraan** in het bestelproces te plaatsen.

Laat uw surfer dus eerst maar lustig zijn winkelmandje vullen, bewerken en leveringsopties kiezen. **Als laatste stap** vraagt u zijn gegevens die sowieso nodig zijn om de spullen af te leveren en te factureren.

Als de buit voor u binnen is, vraagt u of deze gegevens opgeslagen moeten worden als een **persoonlijke account** op uw website.

De bestelling is veilig geplaatst, de surfer had een vlotte aankoop-ervaring en als hij nu zijn gegevens laat bewaren wordt het in de toekomst nog eenvoudiger shoppen!



e-commerce

Om met succes online te verkopen heeft u de juiste technologie én de juiste voorkennis nodig.

We zien al te vaak dat bedrijven hun eigenheid opofferen. Ze plooiën naar de stijl, en de mogelijkheden van het platform.

Doodzonde! Want u heeft

jaren gezwoegd om te worden wie u bent, uw klant is ermee vertrouwd en uw aanpak loont.

Zoek naar een oplossing die bij uw merk past zonder dat u vast komt te zitten in maatsoftware die niet met u meegroeit.

De voorkennis voor een succesvol webproject zit voor een groot stuk bij uzelf. U kent



ce

de geplogenheden van uw sector, van uw medewerkers, producten en klanten. Dat is al de helft van het werk!

Onze consultants kennen dan weer de behoeften van online shoppers en professionele aankopers en ze zijn vertrouwd met de online succesfactoren en de knelpunten.

Hierna vindt u enkele van onze e-commerce modules.

Dat is uiteraard nog maar het topje van de ijsberg maar we geloven sterk in een persoonlijke aanpak. Kom eens met ons praten over e-commerce specifiek voor uw onderneming.



Natch mod

E-commerce

Het hart van uw webshop zit in de e-commerce module. Hier gebeurt de conversie van surfer naar klant, van kost naar opbrengst.

Online Marketing

U bent niet de enige met een webwinkel, net zoals in de gewone verkoop moet u dus knokken voor uw plaats.

Statistieken

Natch is standaard gekoppeld met Google Analytics dat antwoord biedt op al uw statistiek-vragen!

Websitebeheer

Natch bevat een intuïtieve content management module waarmee u pagina's kunt beheren en er de juiste teksten en beelden op kunt plaatsen.



ules

Media Integratie

Mensen willen vaak een product ervaren voor ze er hun euro's voor neertellen. Daarom is het essentieel dat er gebruik wordt gemaakt van de juiste multimedia om uw product te ondersteunen.

Docu Center

Zet de meest populaire documenten in self-service

pagina's zodat uw klant ze zelf kan afhalen wanneer hij ingelogd is.

ERP-koppeling

Natch e-commerce software is ERP-onafhankelijke websoftware die de gegevens uit uw administratief pakket veilig ontsluit op het web





Natch

Tel. +32 9 340 66 77

e-mail: info@natcheurope.com

www.natcheurope.com