



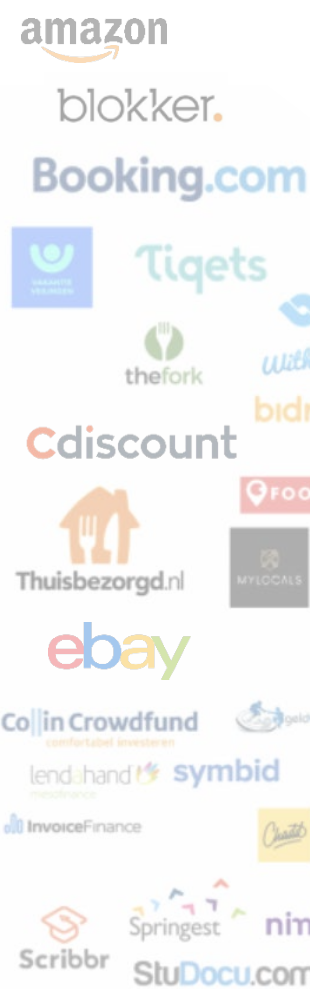
MARKETPLACES...

...EN DE KLANT VAN 2020

**Welke
veranderingen
vinden er in 2020
plaats op klant-
en concurrentie-
niveau? Hoe
speel je hier als
marketplace
seller op in?**

Marketplaces hebben een prominente plek veroverd in de wereld van de e-commerce. In alle denkbare sectoren zijn marketplaces te vinden. De omzet die binnengehaald wordt via deze verkoopplatformen stijgt jaar na jaar, evenals het aantal partijen dat producten of diensten aanbiedt op marketplaces.

Maar de ontwikkelingen op het gebied van klantgedrag, concurrentie en veranderingen op de platformen gaan snel. In dit whitepaper lees je de belangrijkste ontwikkelingen voor het jaar 2020 en hoe je hier het beste mee om kunt gaan, zodat je dit verkoopkanaal optimaal kunt blijven inzetten.

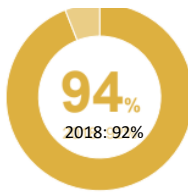


KLANTEN IN 2020

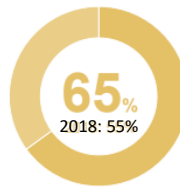




Van de Nederlanders van 15 jaar en ouder...



... geeft aan in 2019
online aankopen te
hebben gedaan



van deze groep geeft
aan hier hun telefoon
voor te gebruiken

47% van deze groep verwacht in 2024 meer dan de helft
van hun online aankopen via de smartphone te doen

Bron: Consumentenonderzoek Shopping Tomorrow 2019

Mobile first

Zoals de cijfers laten zien neemt het gebruik van de mobiele telefoon voor het doen van online aankopen toe en zal deze trend de komende jaren aanhouden. Dit laat zien hoe belangrijk het is om je pagina's te optimaliseren voor gebruik met smartphones. Bij marketplaces gaat dit anders dan bij een reguliere website. De invloed die jij als verkopende partij hebt op het design, de lay-out en functionaliteiten van de marketplace is beperkt. Wat zijn dingen die je wél kunt doen om te zorgen dat jouw productpagina's en bestelproces geoptimaliseerd zijn voor de mobiele shopper? Doorloop verschillende keren je eigen customer journey en laat een ander met een onbevooroordeelde blik het hele proces van zoeken tot productpagina tot checkout doorlopen. Misschien kom je tot het inzicht dat er veranderingen moeten worden aangebracht qua content of ICT-infrastructuur.

Enkele specifieke dingen om rekening mee te houden:



De mobiele weergave van een website of app toont vaak minder tekens in de titel op de zoekresultatenpagina dan de desktopversie. Zorg dat er geen belangrijke informatie of keywords wegvallen in de zoekresultatenpagina voor de mobiele gebruiker.



De hoofdafbeelding is nóg belangrijker. Op de productpagina van de mobiele website of app is veel minder content zichtbaar. Vaak alleen de afbeelding, titel en prijsinformatie. Vaak moeten de specificaties, omschrijving en reviews apart aangeklikt worden om deze te zien. Zorg dat de hoofdafbeelding en andere zichtbare content bezoekers trekt en vasthoudt.



Denk na over welke betaalmethoden de voorkeur hebben van klanten die gebruik maken van de mobiele site of app



Zoekgedrag

Waar tot enkele jaren geleden de meerderheid van de consumenten hun zoektocht begon via een zoekmachine, start tegenwoordig 73% van de Nederlandse consumenten hun zoektocht op een marketplace (Bosch, T. (2019)). Dit laat zien hoe groot het potentieel is van marketplaces als verkoopkanaal. Het gevaar hierin is wel dat je bezoekers van je eigen website weglokt naar de marketplace en hiermee omzet van je eigen webshop wegsnoept. Eén van de mogelijkheden om de eigen website aantrekkelijker te maken als verkoopkanaal is het bieden van exclusieve voordelen bij shoppen via de eigen website. Hierbij kan men denken aan toegang tot een community, exclusieve kortingen, combi voordeel, extra betaal- en leveropties, enzovoorts.

“Je kunt marketplaces ook zien als een marketinginstrument om klanten naar je eigen webshop te leiden. Bij een aankoop via de marketplace geef je een voucher voor 10% korting op de eerstvolgende aankoop in je eigen webshop” – Vincent de Jong (IT-developer, webshopbeheer Melvinsi fashion en Kwispelkorting)

Volgens expertgroep Marketplaces (Shopping Tomorrow 2019) is er een heuse verschuiving zichtbaar in zoekgedrag. Consumenten gaan steeds meer merkloos zoeken: men zoekt naar generieke producten die de behoefte vervullen in plaats van een specifiek merk. Meer dan driekwart van Amazons zoekopdrachten is non-branded. Ook worden zoekopdrachten vaak gestart vanuit een productcategorie, in plaats van dat men gebruik maakt van een zoekterm. Bij de Poolse marketplace Allegro is dit het geval voor 47% van de zoekopdrachten. Onderzoek of je keywords afgestemd zijn op deze ontwikkeling en zorg dat je product in de juiste categorie staat.

Een groep die buiten de trend van merkloos zoeken lijkt te vallen is Generatie Z. Deze kinderen en jongvolwassenen, die zijn opgegroeid met alle technologische producten uit de huidige maatschappij, tonen een sterke merkloyaliteit. Ze hechten veel waarde aan transparantie en duurzaamheid, dus is het belangrijk om open te communiceren met deze doelgroep en waar mogelijk verantwoorde producten aan te bieden en de factor duurzaamheid te benoemen op de productpagina. Omdat deze groep veel invloed uitoefent op personen in de naaste kring is het belangrijk hen op de door hun gewenste eerlijke en transparante manier te benaderen.

CONCURRENTIE EN PLATFORMEN IN 2020





Macht van marketplaces

Marketplaces weten dat zij voor veel bedrijven een groot deel van de omzet genereren. Nadeel voor bedrijven die via marketplaces verkopen is het risico van afhankelijkheid. Het staat marketplaces vrij hun commissie te verhogen. Daarnaast bestaat er bij bedrijven die zowel een marketplace- als retailersrol vervullen het gevaar op oneerlijke concurrentie door het gebruiken van data van aanbieders op de marketplace om de eigen concurrentiepositie te versterken. Naar aanleiding van deze verdenking is er in 2019 een onderzoek gestart naar machtsmisbruik bij Amazon. (<https://www.emerce.nl/nieuws/eu-start-onderzoek-machtsmisbruik-amazon>).

Dit is één van de belangrijke redenen om marketplaces te bezien als *extra* verkoopkanaal, niet als vervanging voor je eigen website. Als je qua omzet te veel afhankelijkheid bent van je verkopen via marketplaces kan het voortbestaan van je bedrijf in gevaar komen wanneer er veranderingen doorgevoerd worden. Onderzoek als bedrijf of je dit jaar wat meer kunt investeren in het promoten van de eigen webshop. Stel een groeistrategie op met duidelijke doelen en werk daarbij samen met de marketingafdeling.

Komst van Amazon naar Nederland

Het is groot in het nieuws geweest: de komst van Amazon naar Nederland. Tot maart dit jaar was de Nederlandse website van Amazon enkel te gebruiken voor het kopen van boeken en e-books. Vanaf midden maart kun je er terecht voor alle denkbare producten, waardoor Amazon een directe strijd aangaat met concurrenten als bol.com en Coolblue. De groei van Amazon in Nederland zal zich uitsmeren over meerdere jaren. Het zal tijd en moeite kosten om het vertrouwen van de Nederlandse consument te winnen. Echter wanneer Amazon over een aantal jaar een flink marktaandeel in Nederland veroverd heeft, leent het zich als uitstekende aanvulling op je verkoopkanalen. Zeker gezien de eerder genoemde ontwikkeling dat Nederlandse consumenten steeds vaker hun zoektocht starten op een marketplace. Als Amazon groot geworden is in Nederland zal een groot percentage van de Nederlandse consumenten hun zoektocht starten op Amazon. Het is belangrijk om als onderneming te onderzoeken *of*, en waarschijnlijk is de vraag eerder *wanneer*, je het beste kunt beginnen met het gebruiken van Amazon



amazon.nl



“Amazon heeft het de moeite waard gevonden om de stap naar de Nederlandse markt te zetten. Als je al via marketplaces verkoopt, probeer Amazon dan ook en onderzoek of het de moeite waard is om mee door te gaan” – Vincent de Jong (IT-developer, webshopbeheer Melvinsi fashion en Kwispelkorting)

als verkoopkanaal. Het heeft voordelen om daarin de concurrentie voor te zijn, aangezien Amazon werkt met een systeem van Buy Boxes die je moet veroveren waarmee de kans op verkopen *enorm* toeneemt (82% van de verkopen op Amazon wordt gerealiseerd via de Buy Box). Als je daar mee begint nu het Nederlandse Amazon zich nog in de opstartfase bevindt zal dit makkelijker gaan, aangezien er minder aanbieders zijn die hetzelfde doel proberen te bereiken. Lees meer over het belang van Buy Boxes en hoe je ze verovert via deze link: <https://www.bigcommerce.com/blog/win-amazon-buy-box/#amazons-balancing-act>

De Amazon Buy Box gewonnen door Apple

Box met 'andere verkopers' waar je als aanbieder anders terecht komt

Afbeelding: visualisatie van de Amazon Buy Box

Uitbreiding bol.com naar Franstalig België

Bol.com gaat vanaf de zomer van 2020 uitbreiden naar Franstalig België. Dat biedt enorme kansen, aangezien er vijf miljoen potentiële klanten bij komen. Zeker voor de bol.com aanbieders die al verkopen aan Nederlandstalig België is het belangrijk om nu al te beginnen met voorbereidingen om ook de Franstalige doelgroep te bereiken. Dit betekent dus: producthandleidingen vertalen, betaalvoorkeuren onderzoeken en zorgen dat je verpakkingen hierop ingesteld zijn zodat deze niet enkel Nederlandse teksten bevatten. De productpagina's zelf zullen door bol.com vertaald worden in samenwerking met een vertaalbureau. Met beperkte inspanningen kun je jouw marketplace dus inrichten op deze ontwikkeling.

Bol.com zoektrends

Eind 2019 heeft bol.com een nieuwe tool voor bedrijven met een bol.com verkoopaccount geïntroduceerd: *bol.com zoektrends*. Dit is een zéér interessante tool voor bol.com verkopers, omdat het helpt bij het optimaliseren van je product vindbaarheid. Je kunt verschillende zoektermen invullen en in een grafiek tegen elkaar uitzetten. Daarbij kun je de ontwikkeling van het zoekvolume over een x tijdseenheid inzien, bijvoorbeeld van het laatste jaar. Hiermee is de nieuwe tool dus ook zeer bruikbaar voor het evalueren van welke productcategorieën interessant zijn om het assortiment mee uit te breiden. Ook is de tool handig om bepaalde seizoentrends inzichtelijk te maken, zodat je inkoop en verkoop beter op elkaar af kunt stemmen. Een juist gebruik van deze tool helpt om je als bedrijf beter te positioneren. Maak dus een goed gebruik van deze zinvolle tool. Het zal de tijd die je erin investeert meer dan waard zijn!



Conclusie



De ontwikkelingen op het gebied van e-commerce en marketplaces volgen zich in rap tempo op. Het is makkelijk om ontwikkelingen over het hoofd te zien of te concluderen dat er geen tijd is om erop te reageren. Echter zou men dan belangrijke kansen kunnen missen of zelfs risico's nemen doordat bepaalde ontwikkelingen actie *vereisen*. Hopelijk heeft deze beknopte samenvatting van ontwikkelingen praktische handvatten geboden voor het ondernemen van actie om de e-commerce activiteiten goed afgestemd te houden op de voorkeuren van de klant en de veranderingen op gebied van platformen en concurrentie.

Geraadpleegde bronnen



Baaz. (2020, 29 april). *Amazon in Nederland: externe verkopers*. Geraadpleegd op 30 april 2020, van <https://www.baaz.nl/amazon-in-nederland-externe-verkopers>

Bosch, T., Aarts, M., van der Vlies, W., Keizer, P., Mulder, E., & Lenior, R. (2019). *De klant van de toekomst - Nederland*. Geraadpleegd van <https://insights.wundermanthompsoncommerce.com/nl/klant-van-de-toekomst-2019>

Emerce. (2019, 17 juli). *EU start onderzoek naar machtsmisbruik Amazon*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.emerce.nl/nieuws/eu-start-onderzoek-machtsmisbruik-amazon>

Francois, D. (2019, 25 juli). *De 5 belangrijkste kenmerken van Generatie Z*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.marketingtribune.nl/online/weblog/2019/07/de-5-belangrijkste-kenmerken-van-generatie-z/index.xml>

Fygi, K. (2019, 13 november). *Twee op de drie Nederlandse webshoppers koopt op smartphone*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://twinklemagazine.nl/2019/11/helft-consumenten-online-aankopen-op-mobiel-2024/index.xml>

Jobse, B. (2020, 6 maart). *Amazon naar Nederland: hoe zit het nu precies?* Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.doublesmart.nl/amazon-naar-nederland/>

Koeleman, J. (2020, 19 februari). *Belangrijke veranderingen op bol.com voor verkopers*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://boloo.co/belangrijke-veranderingen-op-bol-com-voor-verkopers/>

Lanxner, E. (z.d.). *The Amazon Buy Box: How It Works for Sellers, and Why It's So Important*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.bigcommerce.com/blog/win-amazon-buy-box/#amazons-balancing-act>

Mulder, W. (2019, 5 december). *Bol.com zoektrends*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.traffictoday.nl/blog/bol-com-zoek trends/>

Schinkels, C. (2019, 18 december). *Trends in e-commerce 2020: bezorgschaamte & tegengeluiden marketplaces*. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.frankwatching.com/archive/2019/12/18/trends-ecommerce-2020/>

van den Burg, D., Perquin, A., & Akkerman, A. (2019). *The future of retail according to consumers*. Geraadpleegd van <https://www.shoppingtomorrow.nl/nl/consumentenonderzoek>

van Dooremalen, M., & 24 leden van expertgroep. (2019). *Marketplaces 2019 - online adviestool*. Geraadpleegd van <https://www.shoppingtomorrow.nl/nl/marketplaces-2019-online-adviestool>