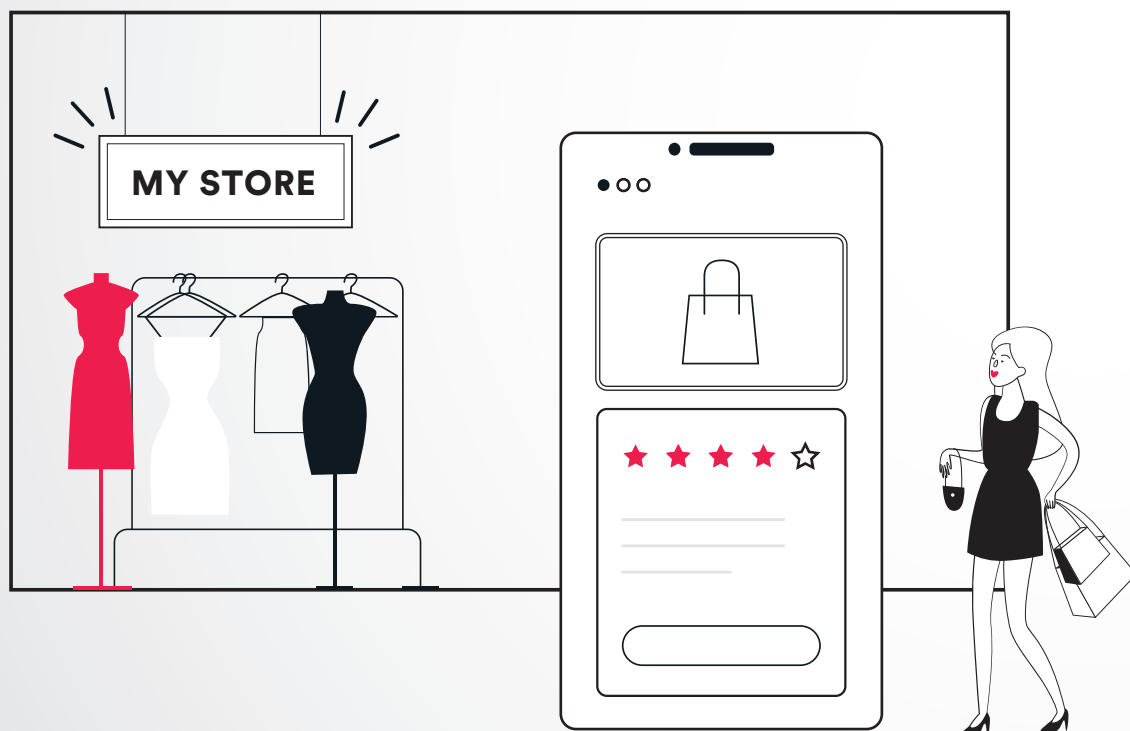




Goed voorbereid starten met je webshop.

Inhoudstafel



☐	1. Marktonderzoek	3
☐	2. Je productaanbod	4
☐	3. Voorraad	5
☐	4. Kortingen & promoties	
☐	5. Het logistieke plaatje: verpakking & verzending	
☐	6. Online betalen	
☐	7. Wettelijke verplichtingen	
☐	8. Marketing	

1. Marktonderzoek

☐ Welke doelgroep heb je voor ogen: B2C of B2B? Of beide?

Het is heel belangrijk om je doelgroep goed te omschrijven, want die moet je steeds in het achterhoofd houden bij het nemen van cruciale beslissingen. Jouw webshop moet zoveel mogelijk op de noden van die doelgroep afgestemd zijn.

☐ Heb je veel concurrenten in je markt? En hebben zij reeds een webshop?

Neem gerust even een kijkje op hun webshop en bekijk het geheel kritisch alsof je zelf een gebruiker van die webshop zou zijn. Wat vind je goed en wat minder? Maak niet dezelfde fouten en neem die zaken mee in jouw webshop!

Bestel ook eens iets en retourneer het. Volg hen op sociale media, schrijf je in op hun nieuwsbrief. Ervaar zelf hoe zij deze zaken aanpakken en haal er de goede zaken uit!

☐ In welke landen zal je leveren? En in welke talen zal je webshop beschikbaar zijn?

Eenzijds is dit belangrijk voor de praktische kant. Want hoe snel kan je leveren in het buitenland?

Anderzijds sta je best ook even stil bij je klantenservice. Kan je dit even kwalitatief aanbieden in die andere talen? En heb je de productinformatie ook in de andere talen? Indien niet kan je deze natuurlijk laten vertalen.

De keuze van de landen heeft ook een invloed op de betalingsmiddelen. Zo heeft elk land zijn betaalvoorkeuren. Zo is iDEAL bijvoorbeeld populair in Nederland, maar hanteren wij dit in België een pak minder!

Je kan ook steeds starten met één taalversie en volgende taalversies later lanceren.

☐ Hoe zal je je klanten bereiken?

Hoe zal je erin slagen dat bezoekers naar je webshop surfen? Zal je regelmatig een nieuwsbrief versturen? Of start je met een social media campagne op Facebook of Instagram?

☐ Hoe verbind je jouw fysieke winkel(s) met je webshop?

Maak je webshop ook kenbaar in je fysieke winkel(s). Is het product dat die klant wilt kopen niet meer beschikbaar in die ene vestiging van je winkel, dan verwijst je die klant gewoonweg door naar je webshop. Zo heb je alsnog een verkoop gerealiseerd! Je kan bezoekers hier zelf op wijzen of je kan je webshop ook fysiek beschikbaar maken via een scherm in de winkel.

2. Je productaanbod

☐ Welke producten of diensten zal je verkopen? En hoe zal je deze logisch indelen?

Je kan altijd met een kleiner aanbod beginnen, maar kies dan wel producten waar er veel vraag naar is. Het fijne aan een webshop is dat je je aanbod makkelijk kan bijsturen.

En net zoals je nadacht over je winkelinrichting, moet je ook nadenken over een logische structuur voor je webshop. Maak een overzicht van je aanbod, met daarbij alle noodzakelijke elementen:

- ☐ Categorie
- ☐ Subcategorie
- ☐ Subproducten
- ☐ SKU-nummer
- ☐ Titel van het product
- ☐ Prijs van het product
- ☐ Omschrijving

☐ Welke filters denk je nodig te hebben?

Filters helpen de bezoeker te zoeken, dus bekijk dit zeker door de ogen van je doelgroep!

☐ Welke type producten zal je verkopen?

Je hebt 'eenvoudige' producten zoals bijvoorbeeld een paar schoenen. Maar je kan ook configureerbare producten verkopen. Denk bijvoorbeeld maar aan een tablet die beschikbaar is in verschillende kleuren en opslagruimtes.

Je kan ook virtuele producten verkopen, bijvoorbeeld e-books. Bij zo'n producten is bijvoorbeeld geen fysieke verzending vereist.

Daarnaast kan je er ook voor kiezen om abonnementen en cadeaubonnen te verkopen. En hoe zie je de werking achter deze producten?

Je denkt best vooraf even goed na over deze zaken.

☐ Beschik je over kwalitatieve foto's van je producten?

In je fysieke winkel kan de klant het product even bekijken en uittesten. Bij je webshop is dit niet het geval. Zorg dus voor mooie én kwalitatieve productfoto's.

Denk hierbij aan volgende zaken:

- ☐ Maak grote foto's, zo kan men de details beter zien.
- ☐ Fotografeer je product vanuit alle mogelijke hoeken. Plaats het product ook even in de juiste omgeving. Zo kan de klant de verhoudingen goed inschatten.
- ☐ Ga voor foto's met een witte of neutrale achtergrond en denk ook aan een goede belichting.
- ☐ Bewerk je foto's steeds op dezelfde manier.

☐ **Ga voor duidelijke én aantrekkelijke teksten**

Zoals hierboven reeds aangekaart, in je webshop kan je klant niet zomaar even het product uittesten. Geef dus wat extra informatie bij het product en vermeld zeker de nodige (technische) specificaties!

3. Voorraad

☐ **Wil je de voorraad van je winkel(s) aan de webshop koppelen?**

☐ **Heb je een eigen voorraad? Is er een aparte voorraad voor de webshop?**

Indien je voorraad snel wisselt, is het raadzaam om je ERP- of kassastysteem met je webshop te koppelen. Zo behoud je in één tool steeds het overzicht over alles: de stock, de bestellingen...

Bovendien ziet de klant ook meteen of het product op voorraad is.