



federatie van webbedrijven

fédération des métiers du web

Checklist:

Hoe kies ik de juiste digitale partners?

November 2017

Wat niet te doen?

- **Copy Paste**
Kies niet blindelings voor de digitale partners van je concurrenten. Jouw uitdagingen, concept en business plan verschillen immers van die van andere webshops.
- **Goedkoop – Goedkoper – Goedkoopst:**
Neem niet enkel de prijs als criterium. Uiteindelijk moet de partner jouw noden invullen en een efficiënte kwaliteitsvolle service aanbieden.
- **Mr Sales Guy**
Laat je niet verleiden door flashy presentaties of verkopers. Het gaat om jouw project en jouw budget.
- **Location, location, location**
De plaats of regio waar een digitale partner zit, is eigenlijk niet altijd relevant. Bij sommige partners waar regelmatig overleg nodig is, is locatie wel relevant. Maar andere criteria moeten zwaarder doorwege zoals de service, het product of de prijs.

10 tips van FeWeb-experten

1. Starten zonder plan is plannen om te falen

Een webshop starten is een bedrijf starten. Dat doe je niet enkel met een idee en veel goesting. Neem de tijd om je business plan uit te werken en stel de meest kritische vragen:

- Wat wil je verkopen en waarom?
- Waarin verschilt jouw project van andere webshops?
- Hoe ga je dit vertalen naar je aanpak?
- Wie is je doelgroep en hoe bereik je die?
- Hoe ga je bezoekers aantrekken en vervolgens omzetten in klanten (marketingplan)?
- Hoeveel producten denk je te verkopen en met welke winstmarge?
- Met welke concrete en meetbare acties ga je verkoopsijfers halen?
- Hoe schat je je vaste kosten in (bv webshop bouwen, hosten en onderhouden, stockage van de producten, verwerking voor de verzending van de producten, abonnement betalingsprovider, online marketing en advertising, customer service, verzekeringen, personeel, boekhouder,...)?
- Welke zijn de variabele kosten (bv producten inkopen/maken, verpakking, transactiekosten bij online betaling, commissie bij verkoop via marktplaatsen, verzendkosten, retourhandling,...)?
- Hoe ga je deze kosten financieren?
- Waar wil je staan over 5 jaar?

Laat deze opdracht niet over aan externe partners, dit moet je zelf aanpakken. Je kan wel beroep doen op gespecialiseerde bedrijven en coaches die je helpen een realistisch business plan op te stellen. Zorg hierbij dat je kiest voor mensen met ervaring in e-commerce en online ondernemen.

Heb je een budget dat hoger is dan 5.000€? Schakel dan de hulp in van een externe consultant. Bij projecten van meer dan 50.000€ is het nuttig om een betalende analyse te laten uitvoeren.

De overheid voorziet trouwens steunmaatregelen voor het inwinnen van advies of het volgen van opleidingen, naast fiscale stimuli voor webshops. Kijk hiervoor op www.vlaio.be.

2. Bepaal je medewerkers en partners

Naast een business plan voor je webshop-project, breng je ook in kaart wie wat zal doen.

Als je ervoor kiest om intern een aantal taken uit te voeren, benoem dan wie dit zal doen. Beschikt deze persoon over de nodige skills, ervaring en middelen (zoals tijd en budget)? Onderschat hierbij het project management niet. Identificeer wie de verantwoordelijkheid draagt over welk onderdeel.

Al naar gelang de grootte van het project kan je werken met één of meerdere partners.

- Strategische partner: deze partner zal samen met jou het project definiëren en op zoek gaan hoe en op welke manier deze waarde zal toevoegen aan je organisatie.
- Webbouwer: hij neemt de technische ontwikkeling van de webshop op zich en zorgt ervoor dat de webshop gekoppeld is met externe systemen zoals het klantenbestand, het facturatie- en boekhoudsysteem, de stock, etc.
- Content partners: zorgt ervoor dat de teksten (en beelden) goed geschreven (of aangepast) worden voor het medium, inclusief rekening houdend met de optimalisatie voor de zoekmotoren.
- Digitaal bureau: ontwikkelt de digitale advertising en marketing campagnes en voert deze uit. Neemt meestal ook het grafische luik op zich
- Hosting partner: zorgt voor de hosting van je webshop.
- Betaalprovider: zorgt ervoor dat je online betalingen kan aanbieden op je webshop
- Verzendpartner: zorgt voor de verzending van je goederen, andere logistieke partners bieden ook stockage, fulfillment, retourhandling, etc aan.
- Overige externe specialisten

3. Stel de juiste vragen

Om tijd te besparen, foute keuzes te vermijden en minder onverwachte kosten te genereren, kan je ervoor kiezen om met experts te werken, zoals de web(shop)bouwer, het marketing agentschap of een externe consultant. Dan komt het er op aan om de juiste vragen te stellen:

- Welke aanpak?
- Wat wordt er wanneer opgeleverd?
- Welke analyse werd er gemaakt?
- Beschikt men over voldoende sector kennis?

- Hoe is het team georganiseerd en over welke ervaring beschikken ze?
- Welke opvolging gebeurt er tijdens de ontwikkeling?
- Over welke certificaten (zoals ISO) of lidmaatschappen beschikt de partner?
- Respecteert het bedrijf een gedragscode (zoals de leden van FeWeb)?
- Heeft je marketing agentschap welk kennis en ervaring met e-commerce?
- Welke bijdrage kan je webbouwer leveren en over welke referenties beschikt het?
- Is je externe consultant gebonden aan bepaalde partners (wat zijn/haar advies niet meer onafhankelijk maakt)?
- Wat gebeurt er als je digitale partner uitvalt? Kan je gemakkelijk van partner veranderen zonder de continuïteit in het gedrang te brengen?

Evalueer de mensen, niet enkel het product

Bevraag klanten en partners: leveren ze wat ze beloven? Houden ze deadlines en budget? Hoe gaan ze om met problemen: zijn ze flexibel en snel? Communiceren ze op een transparante en pro-actieve wijze?

4. Vraag door

Bij het vergelijken van web(shop)bouwers hou je rekening met de draagwijdte van de aangeboden diensten: wat is er precies inbegrepen in de offerte en waarvoor moet je bijbetalen?

- Ontwerp: op maat of via templates? Hoeveel revisies worden voorzien?
- Ontwikkeling: open-source software, kant-en-klaar product of maatwerk (en welke rechten heb je hierop: ben je eigenaar van de creatie en de code?)
- Content: voorzie je input zelf, op automatische wijze of via partners
- Foto's: maak je eigen originele foto's of gebruik je de productfoto's?
- Specifieke eisen: kan je de webshop personaliseren, eenmalig of steeds opnieuw?
- Demo van de back-office: test hem uit!
- Referenties: stel al je vragen zodat je kan inschatten hoe agiel de software en het team is
- Koppelingen: kan je andere partners (ERP, boekhouding, payment software, e-mailtool, etc) koppelen?
- Hosting: vraag specificaties over snelheid, #mb, traffic, uptime,...
- Team: welke zijn de uurtarieven, wat kan je uitbesteden?
- Support: bij wie en hoe kan ik terecht met vragen na oplevering? Wat met wijzigingen na oplevering?

Met welke hostingpartner ga je in zee?

Los van bij welk bedrijf je je domeinnaam hebt aangekocht, geef je toch best wat aandacht aan de selectie van de juiste hostingpartner. Vanaf het moment dat je webshop het hobby-niveau overstijgt, stel je best deze vragen:

- Heeft je hostingpartner een kwalitatieve infrastructuur en een snel netwerk?
- Kan je hostingpartner je een oplossing op maat aanbieden?

- Beschikt je hostingpartner over een ISO-certificaat voor databeveiliging?
- Is je hosting partner GDPR-compliant?
- Kan je gebruik maken van lokale support?
- Voert je hostingpartner upgrades en veiligheidspatches meteen door?
- Monitort je hostingpartner je webshop 24/7?
- Kan je hostingpartner onverwachte bezoekerspieken opvangen?
- Kan je hostingpartner snel upscalen of downscalen op basis van jouw noden?
- Geeft je hostingpartner advies over de ontwikkeling van je webshop?
- Heeft je hostingpartner correcte en transparante Service Level Agreements (SLA's)?

5. Kies je webshop platform

Maak de keuze: gebruik je een 'one-stop-shop', een online tool waarmee je voor een vast maandelijks bedrag zelf een basis-webshop opzet? Of laat je alles zelf bouwen?

Enkele bedenkingen:

- Hoe ziet de kostenstructuur er uit op langere termijn?
- Welke service krijg je aan welke kwaliteit, prijs en snelheid?
- Wat als je online business groeit: zitten je data vast in het systeem en moet je dan helemaal opnieuw beginnen?
- Kan je wel voldoende testen en meten om zo kennis over je prospecten en klanten te verzamelen en te gebruiken in het sales-proces?

6. Een verzendpartner kiezen

Uit onderzoek van FeWeb bij 72 webshopbouwers blijkt dat 3 factoren bepalend zijn bij de keuze van een logistieke partner: in eerste plaats de geleverde service, vervolgens de prijs en op de derde plaats de reputatie van het bedrijf. In die context vergelijk je best de volgende elementen:

- prijzen in functie van het volume , het gewicht, de regio's en het aantal leveringen
- terugzendingen: welke mogelijkheden aan welke prijs?
- specialisatie: wat met breekbare, gekoelde, heel grote of zware producten, installatie van het geleverde toestel, levering op een verdieping?
- douaneformaliteiten: ervaring met voeding, exotische huiden, etc?
- automatisatie: automatische printbonnen, tracking links, prijsberekening, afhaalpunten kiezen, douane + btw kosten berekenen?

Naar je klant toe moet je de berekening maken of je de verzending (en de terugzending) al dan niet doorrekent en aan welk bedrag. De BTW-aanpak (buitenlandse klanten) en het versneld versturen kan je ook aanbieden aan een extra kostprijs.

Hou ook rekening met een verhoogde complexiteit rondom grensoverschrijdende verzending. Naast de verhoogde levertijd en prijs, spelen op het gebied van internationale logistiek ook

zaken mee zoals een lokaal retouradres. Soms loont het om voor snelopende producten een kleine voorraad in het buitenland te hebben.

7. Online payment aanbieders vergelijken

- Welke betaalmethode(s) biedt men aan?
- Hoeveel transacties per dag/week/maand en gemiddelde waarde verwacht je?
- Krijg je hoeveelheidskortingen?
- Bij verschillende munteenheden: conversie naar 1 munt?
- Hoe gebeurt de uitbetaling? welke kosten zijn er verbonden? Welke zijn de uitbetaaltermijnen?
- Kan je vlot een klant terugbetalen? Welke kosten zijn er hiervoor?
- Is er een activatiekost? Jaarlijkse of maandelijks kost?
- Zijn er andere 'verborgen' kosten zoals bijvoorbeeld de kost per uitbetaling?
- Kan ik makkelijk de betaalpagina aanpassen aan de layout en stijl van mijn website?

8. Welke externe specialisten zet je in?

Afhankelijk van je project doe je best ook beroep op externe specialisten. Daar hier ook een kostprijs aan verbonden is, is het cruciaal om dit mee te nemen in het business plan.

- Legal: zijn je verkoopvoorwaarden in orde? Werkt je site conform de e-commerce en privacy wetgeving?
- Online marketing (adwords, social media ads, programmatic buying,...) met de nadruk op kanalen waar je de performantie van kan meten aan de hand van leads en sales.
- Sociale media: Onderzoek welke sociale media kanalen voor jouw product of service relevant zijn.
- Content marketing: zet inhoud in die leuk en interessant voor je doelgroep is en kan leiden tot verkoop. Hou hierbij rekening met de kost/opbrengst per artikel en de meertaligheid (rendabiliteit versus kost).
- Reporting tools: meet je acties en gebruik hiervoor de juiste tools. Die zijn soms gratis, maar je hebt wel iemand nodig om de cijfers te interpreteren en acties te ondernemen.
- Fotografie (inclusief video of 3D).
- Customer support: online, chatbots, via mail of telefonisch? Zelf doen of werk je met een call center? Tussen bepaalde uren of 24/7? Enkel nationaal of ook internationaal?
- Betalingen opvolgen: Hoe vorder je je onbetaalde facturen? Werk je met een incasso-bureau?
- Fulfilment: waar stockeer je je goederen? Hoe organiseer je je fulfilment? Hoe verpak je je producten?

9. Straal je professionalisme uit

Werk met professionals en ga voor een gecertificeerd e-commerce kwaliteitslabel. Een label zoals [BeCommerce](#) en [Safeshops](#) krijg je enkel na een audit van je webshop. Dat geeft je meteen de zekerheid dat je juridisch in orde bent. En bovendien biedt je zo je klanten een bemiddelingsoplossing bij problemen.

10. Continu optimaliseren

Ook na het bouwen van de webshop verdient je webshop aandacht van de webbouwer. Sluit hiervoor een onderhoudscontract af met je webbouwer zodat de nodige veiligheidsupdates en andere aanpassingen efficiënt en tijdig gebeuren.

FeWeb ontwikkelde een whitepaper (inclusief standaardcontract) die uitlegt waarom een onderhoudscontract belangrijk is. Die vind je op de FeWeb site (bedrijvenzoeker).

FeWeb-leden respecteren de gedragscode voor dienstverleners.
Je vindt een overzicht van deze digitale experts terug op www.feweb.be



federatie van webbedrijven

fédération des métiers du web

De Federatie van Webbedrijven (FeWeb) faciliteert de groei van uw online business door te focussen op het verbeteren van het digitaal ondernemersklimaat, de kwaliteit van de online diensten en het inspireren van de sector en haar digitale professionals.

Als beroepsorganisatie schenkt FeWeb aandacht aan het ondernemerschap en de professionalisering van de sector door actief overleg te plegen met de overheid, via kennis- en ervaringsdeling tussen bedrijfsleiders, door de FeWeb gedragscode en via modeldocumenten op maat van webbedrijven.

FeWeb inspireert haar leden via seminaries, het summerevent en het jaarcongres alsook via publicaties zoals het e-zine Inside en diverse whitepapers.

Op vlak van opleiding organiseert FeWeb eigen digitale trainingen voor haar leden en hun eindklanten via de FeWeb Academy en onderhoudt FeWeb een intensieve samenwerking met de opleidingsinstellingen.

FeWeb is er ook voor de werknemers. De FeWeb-activiteiten staan open voor alle digitale profielen. Ook als het bedrijf geen digitale dienstenleverancier is, kan een werknemer zich aansluiten bij FeWeb.

Met ongeveer 500 bedrijfsleden is FeWeb de grootste Belgische internet associatie.

FeWeb vzw-asbl

Federatie van Webbedrijven – Fédération des métiers du Web

Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge

Co-Station, Sinter-Goedele Voorplein 5, 1000 Brussel

E: info@feweb.be – T. 09 324 77 71 – F. 09 233 51 19

www.feweb.be

Volg FeWeb



[/FeWeb](#) – [/LaFeWeb](#)



[/FeWeb](#) – [/LaFeWeb](#)



[FeWeb Company](#) – [FeWeb Group](#)

Gold Partners:



Silver Partners:



Verantwoordelijke Uitgever: Marc Mestdagh, FeWeb vzw, Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge