

FEWEB SESSIE

Een webshop als verlengstuk
van je fysieke winkel

make it fly[®]

feweb

DIGITALIZE & FEWEB

DEZE PRESENTATIE BEVAT DE EXPERTISE VAN DEZE BEDRIJVEN :

BUCKVROO



eye cyber security



make it fly®



STARRING
JANE

SIRIUS.LEGAL
BUSINESS LAW FIRM



mif®

Wij zijn ...

make it fly®

duo.

nascom

⊗ corecrew

// mediasoft

entity[one]

Van winkel naar webshop



De stap van fysieke winkel naar webshop.

*Waarom de stap zetten? Waar
moet je mee rekening houden?*

*Wat zijn de valkuilen en de
voordelen?*

***Een op vier euro's die
de Belg spendeert, geeft
hij online uit.***

***In 2022 kocht de Belg
22% meer online dan in 2021,
voor een totale waarde van bijna
15 miljard euro.***

***De consument is
veranderd, als winkel moet
je dus mee veranderen.***

De webshop moet je niet als een
bijkomstigheid beschouwen, maar als
minstens evenwaardig als een fysieke
locatie.

**Je fysieke en online winkel zijn
complementair en versterken elkaar.**

Retailers verkopen meer online in een regio in de buurt van een fysieke winkel.

Waarom

- ⊕ Mensen kunnen online je product bekijken, maar toch fysiek komen kopen.
- ⊕ Mensen kunnen in je winkel informatie opvragen, maar de finale aankoop online doen.
- ⊕ Online bestellen en fysiek ophalen of fysiek terugbrengen.
- ⊕ Online kan je veel meer voorraad aanbieden (vb kledingsmaten die je niet meer op voorraad hebt in een specifieke fysieke locatie).

CC

40 000 m

SCAN HIER:



**MEER PRODUCTEN EN
KLEUREN BESCHIKBAAR**
OP [DECATHLON.BE](https://www.decathlon.be)

Waarom

- ⊕ Mensen kunnen online je product bekijken, maar toch fysiek komen kopen.
- ⊕ Mensen kunnen in je winkel informatie opvragen, maar de finale aankoop online doen.
- ⊕ Online bestellen en fysiek ophalen of fysiek terugbrengen.
- ⊕ Online kan je veel meer voorraad aanbieden (vb kledingsmaten die je niet meer op voorraad hebt in een specifieke fysieke locatie).
- ⊕ Een fysieke winkel kan veel beleving brengen, je kan het product zien, voelen, ervaren.
- ⊕ Maar de webshop kan veel meer informatie geven (vb product video's, product vergelijkers).
- ⊕ De link tussen je fysieke en online winkel kan je heel klein maken, bijvoorbeeld door loyalty, e-kassaticket,

A.S.Adventure
Bedankt voor je bezoek aan A.S.Adventure
To: Joris Van Hoof,
Reply-To: A.S.Adventure

Inbox - Joris 23 September 2023 at 15:16

Bedankt voor je bezoek aan A.S.Adventure



Beste Joris

Zoek je niet suf naar je papieren kasticket. Je krijgt het namelijk ook **altijd digitaal**. Zo kan je het handig klasseren, net zoals A.S.Adventure dat voor je doet om ruilen makkelijker te maken en als garantiebewijs.




Laat je ons ook even weten wat je vond van deze shoppingtrip? We dragen service hoog in het vaandel en kijken daarom uit naar je mening!

Zeer tevreden

Tevreden

Niet tevreden

AANKOOP

| Product | Prijs | Aantal | Totale korting | Totaal |
|---|-----------------------------|--------|----------------|----------|
|  lyle & scott tee lycs classic t-shirt 5412H10007 | € 24,95 | 1 | € 0,00 | € 24,95 |
|  a.s.adventure other asa magazine nr 63 - sept 2023 ned XZZZ390543 | € 4,50 € 0,00 | 1 | € 4,50 | € 0,00 |
| Basisprijs 4.50, Line discount -4.50 | | | | |
|  a.s.adventure shoppingbudget a.s. adventure W212XX0001 | € 24,00 | -1 | € 0,00 | € -24,00 |
| Totale korting | | | | - €4,50 |
| Totaal | | | | €0,95 |

*De waarom is dus
meer dan duidelijk!*

*Zijn er dan alleen
maar pluspunten?*

Aangezien de webshop bijna evenwaardig is aan de fysieke locatie, mag je ook de investering niet onderschatten.

Zowel de bouw, onderhoud als online marketing vereisen de nodige budgetten.

De vraagstukken

 **Strategie**

 **Klanten**

 **Producten**

 **Prijzen**

 **Betaling**

 **ERP link**

Klanten

Klanten

- ⊕ Aan wie wil je online verkopen? B2C, of B2B, of beide?
- ⊕ Mag iedereen online kopen of bestellen?
- ⊕ Is het een nieuwe shop of vervangt het een bestaande online shop? Wat met de accounts?
- ⊕ Enkel BE, of ook buitenland?

20% van de transacties op
Belgische webshops zijn van
buitenlandse consumenten

B2B

- ⊕ Hoe ga je klanten onboarden?
- ⊕ Hoe bepaal je wie online mag bestellen?

Je kan gerust klein starten met een subset van klanten

Producten



Producten

- ⊕ Welke producten ga je verkopen - verkoop je alles?
- ⊕ Heb je een ERP? Welke informatie zit er in het ERP?
- ⊕ Heb je een flow voor het beheer van (nieuwe) producten?
- ⊕ Welke commerciële productinformatie heb je, en waar bewaar je die?
Consumenten verwachten online veel informatie over hun product, je moet dit dus ook kunnen waarmaken (specificaties, video's, getuigenissen, handleidingen).



*Een gedetailleerde
productpagina is een
SEO goudmijn.*

Producten

- ⊕ Moet er rekening gehouden worden met de voorraad?
- ⊕ Moeten stock updates real time gebeuren?
- ⊕ Barcode scanning?

HOE ONS BIER BEWAREN?
• Drink binnen bij een maximum temp.
van 12°C/54°F.
• Drink na 48 uur.

donc à ne pas la revendre avec une intention lucrative.
Cette condition de vente est inscrite sur le ticket de caisse.
Merci pour votre compréhension.



TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

ABDY ST SIXTUS
WESTVLETEREN-UPF

TRAP
WESTV

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

TRAPPIST
WESTVLETEREN

Prijzen

B2C pricing is
eenvoudig, maar...

Kortingen kunnen een waar mijnenveld zijn



B2B

- ⊕ Kan complex worden
- ⊕ Prijslijsten? Klantengroepen? Is er logica in de prijszetting en kortingen?
- ⊕ Prijsberekeningen doe je bij voorkeur op 1 plaats, bij voorkeur in het ERP.
- ⊕ Internationaal? BTW?

Betaling

Betaling

- ⊕ Keuze betalingsprovider
- ⊕ Dezelfde partner als in de fysieke winkel?
- ⊕ Refund van online aankoop in de winkel?

ERP link

- ⊕ Zoveel mogelijk automatiseren
- ⊕ Herberekening van prijzen vermijden.

Concreet

*Start klein met een **MVP**, zodat de
initiële investering, time to market en
risico's beperkt gehouden kunnen
worden.*

Niet vergeten: je shop heeft geen automatische passage zoals een fysieke winkel. Je moet de mensen de weg naar je winkel tonen.

SEA, SEO, shopping feeds worden je nieuwe vrienden.

#durf te vragen



Joris Van Hoof

joris.van.hoof@makeitfly.group

<https://www.linkedin.com/in/joris-van-hoof>



Michiel Verhaege

michiel.verhaege@makeitfly.group

<https://www.linkedin.com/in/michielverhaege>



Bart Verswijvel

bart.verswijvel@makeitfly.group

<https://www.linkedin.com/in/bart-verswijvel>



THANKS TO OUR PARTNERS

nomeo

liantis

 **combell**

Teamleader 

eye cyber
security


WORLDLINE

 **ESIGN**

SIRIUS.LEGAL
BUSINESS LAW FIRM


TRANS
FORMA
BXL

BUCKVROO



GET IN TOUCH WITH US

PATRICK MARCK
DIRECTOR



KERKSTRAAT 108, 9050 GENT
AV. J. BORDET 13, 1140 BRUSSELS



PHONE NUMBER
0475 33 08 71



EMAIL ADDRESS
PATRICK@FEWEB.BE