



Online Retail: een introductie



Programma vanavond

- Introductie online retail
 - Trends;
 - Marktomvang en marktontwikkeling;
 - Kansen en bedreigingen
 - Nabije toekomst
- Praktijkcasus: Body en Fit Shop
- Van vandaag naar morgen...
- Hoe verder?





Doelstellingen vanavond

- Introductie van de mogelijkheden en onmogelijkheden online Retail wereld;
- Informatie overdracht vanuit de praktijk;
- Ideeën en inspiratie opdoen.



Definitie Thuiswinkelen

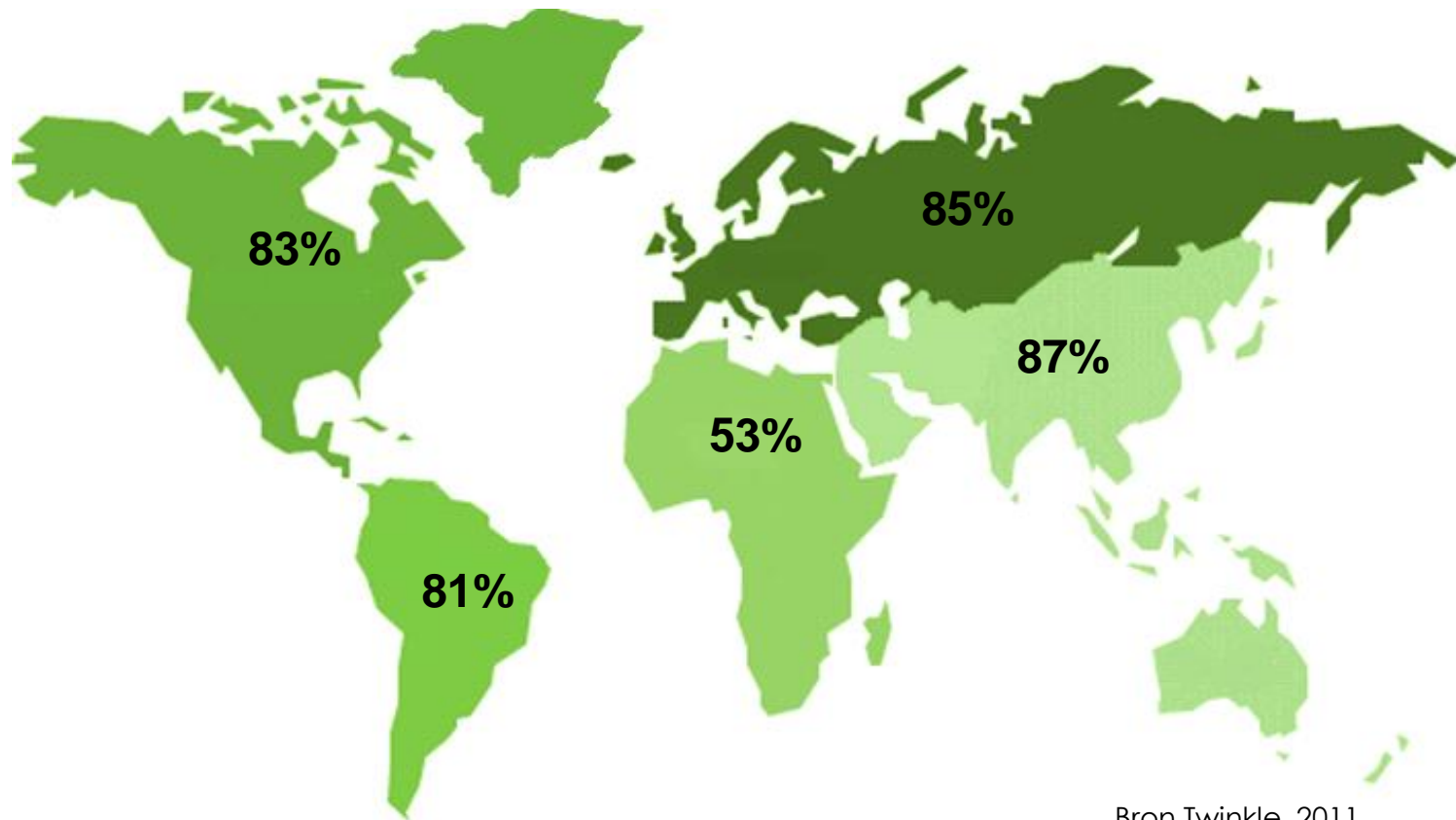
- Thuiswinkelen (Definitie conform de Wet Verkopen op Afstand):

het op afstand kopen van goederen/diensten (voor privé doeleinden) via internet, catalogus, telefoon, post of andere communicatie technieken, waarbij de bestelling (en niet perse de betaling) van de producten op afstand heeft plaatsgevonden.

- Online bestedingen voor zakelijke doeleinden (b-t-b), online verkopen van consumenten onderling (c-t-c) en het aankopen van aandelen en telebankieren worden *niet* tot online shopping gerekend.



Percentage online shoppers per werelddeel



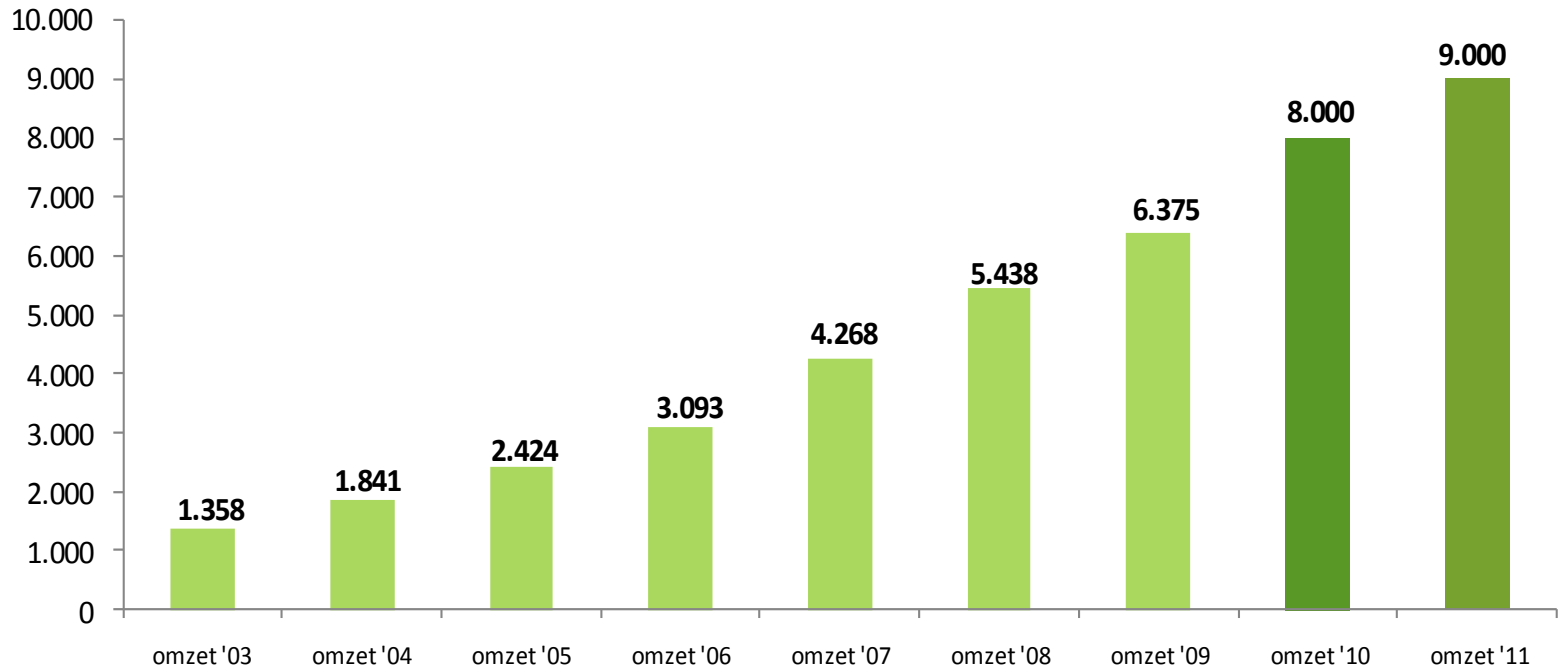
Bron Twinkle 2011



Online verkoop ontwikkeling 2008-2011

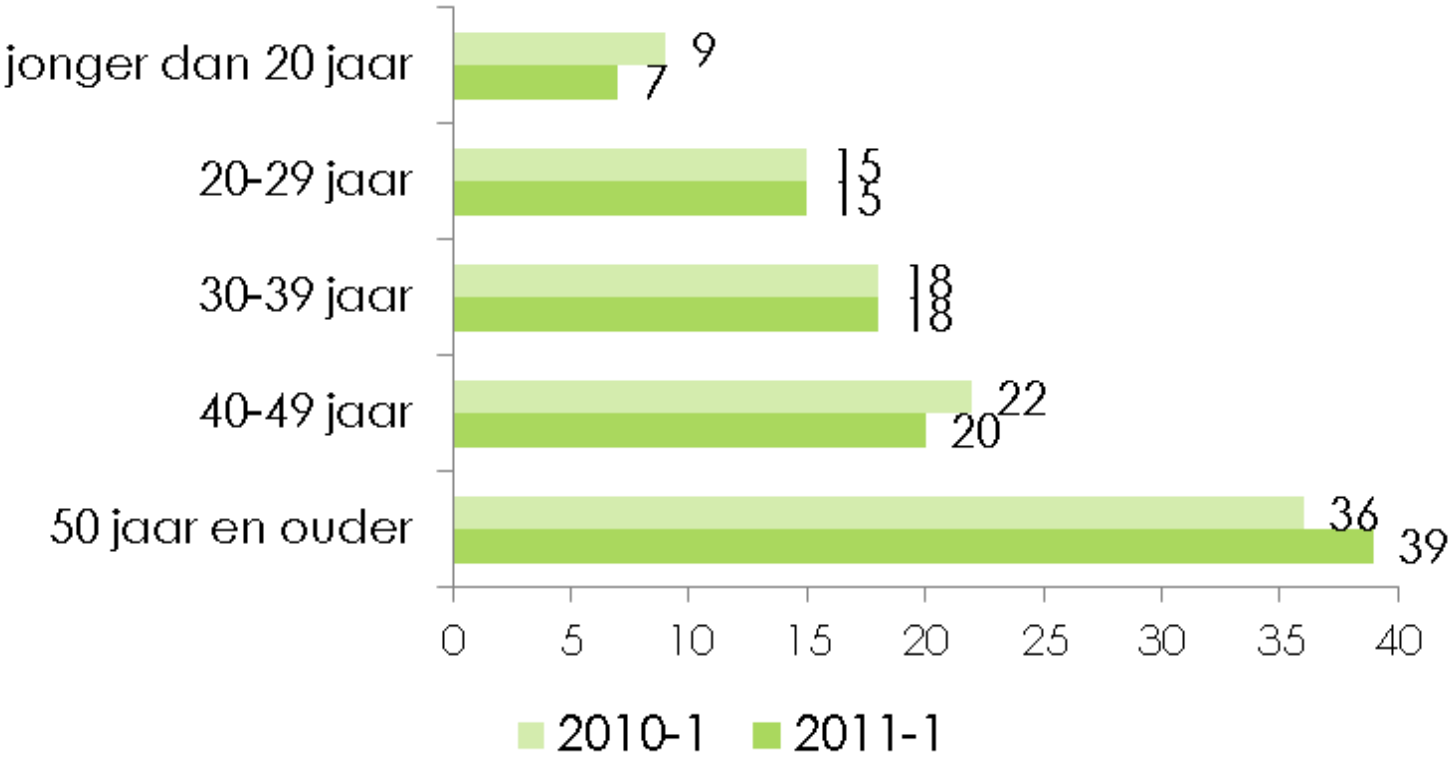
	Totaal online verkopen (€ miljarden)			
	2008	2009	2010	2011
Groot Britannië	40,09	44,86	52,13	59,42
Frankrijk	18,60	24,75	31,18	38,66
Denemarken	3,21	3,83	4,49	5,21
Duitsland	29,40	34,34	39,19	45,07
Italië	6,80	8,21	10,25	12,29
Noorwegen	2,79	3,26	4,00	4,88
Polen	1,86	2,51	3,37	4,51
Spanje	5,30	6,31	7,87	9,37
Zweden	5,20	3,82	4,70	5,74
Zwitserland	3,24	3,82	4,55	5,45
Benelux	6,95	8,31	10,17	12,25
Totaal	121,44	144,02	171,91	202,86

Online consumentenbestedingen in Nederland

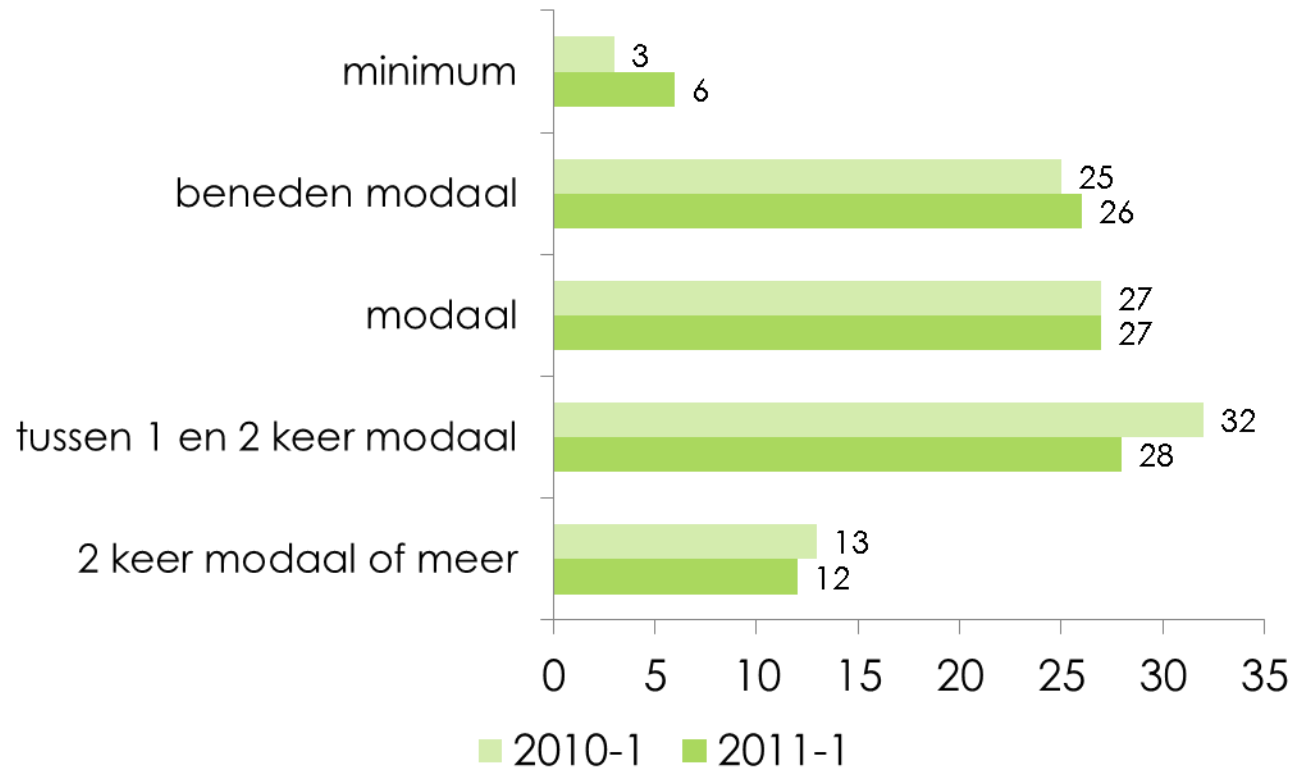


Bron: Thuiswinkel.org
€ x 1.000.000

Profiel online Nederlandse koper: leeftijd



Profiel online Nederlandse koper: inkomen



Online omzet per marktsector

	Totaal online verkopen (€ miljarden)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Pakketreizen & appartementen	928	1.129	1.551	1.860	2.050	2.150
Vliegtickets & hotels	496	604	829	995	1.250	1.360
Hard- en software	190	223	325	412	505	621
Telecom	214	273	370	754	766	920
Kleding	182	209	285	353	465	555
Boeken, CD, DVD, games	168	231	313	419	481	514
Elektronica, witgoed	242	329	453	554	634	730
Food, verzorging, huis en tuin	117	147	216	269	317	340
Overig	339	495	676	729	947	1.023
Totaal	2.820	3.600	4.970	6.325	7.415	8.213

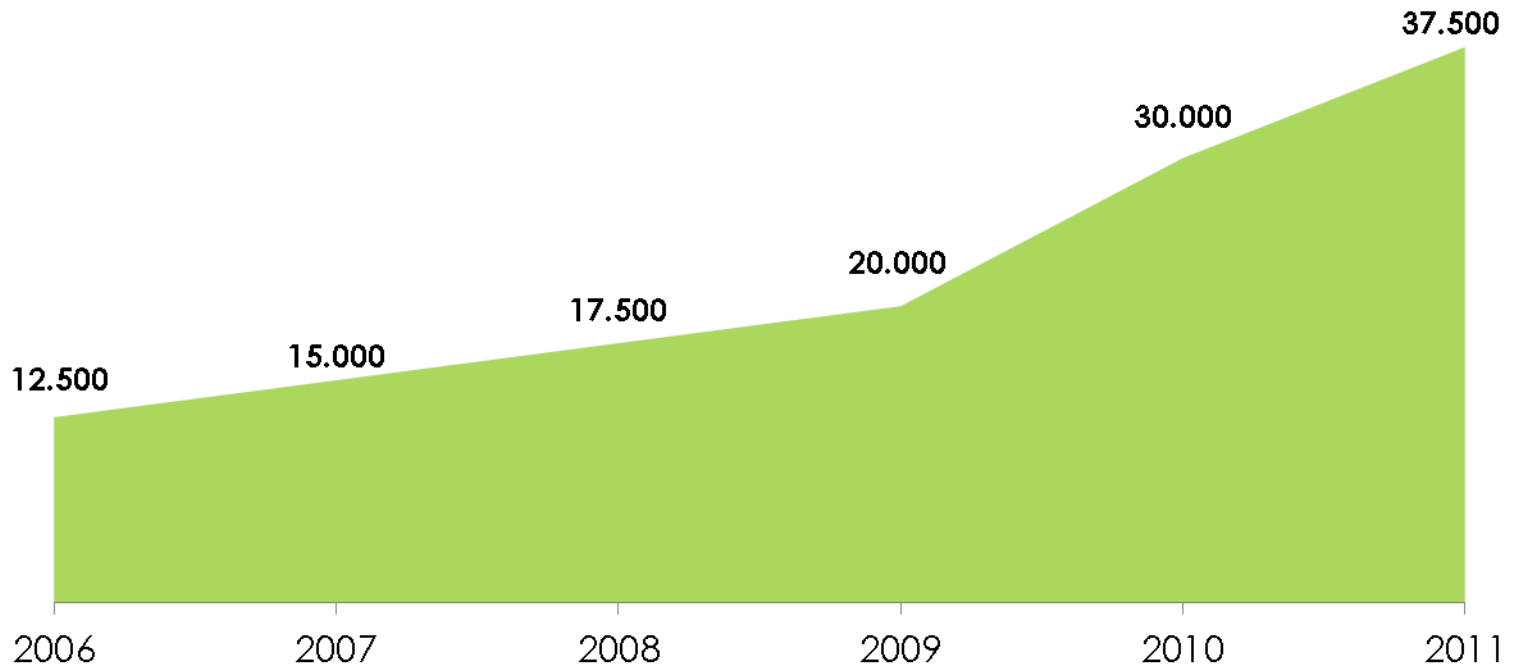
Bron Twinkle top 100 2011



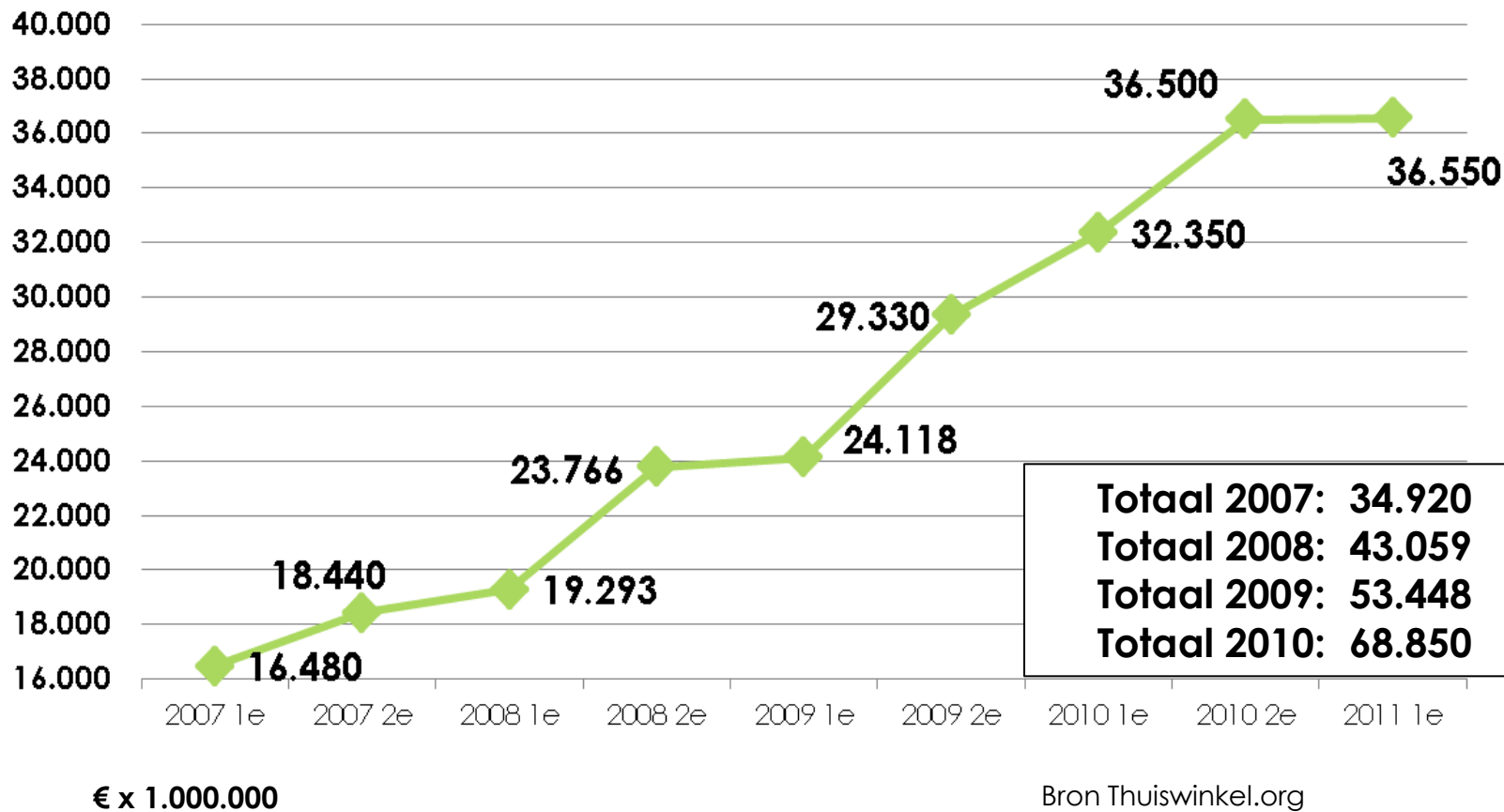
Online consumentenbestedingen 1^e 6 maanden 2011 (in totaal € 3,79 miljard)

Top 10 segmenten	Omzet (x € 1.000.000)
Reis: pakketreis en eigen vervoer	1.140
Reis: vliegtickets en hotels	690
Telecom	540
Kleding, schoenen en accessoires	300
Computers en benodigdheden	275
Consumentenelektronica	240
Verzekeringen	230
Witgoed en huishoudelijke apparatuur	137
Overig	128
Boeken	120

Raming aantal webwinkels in Nederland

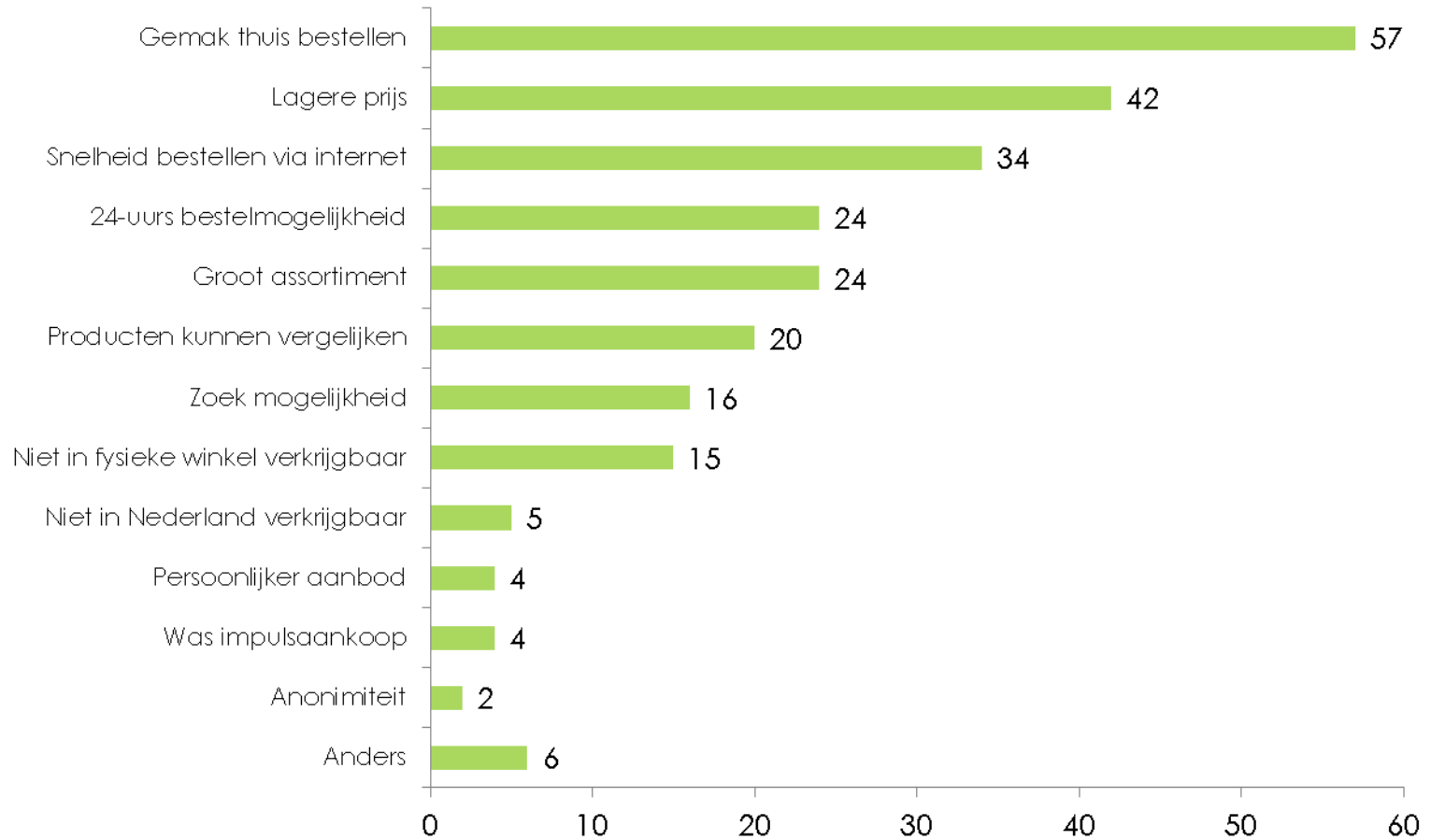


Aantal e-commerce bestellingen



Kansen: voordelen online shoppen

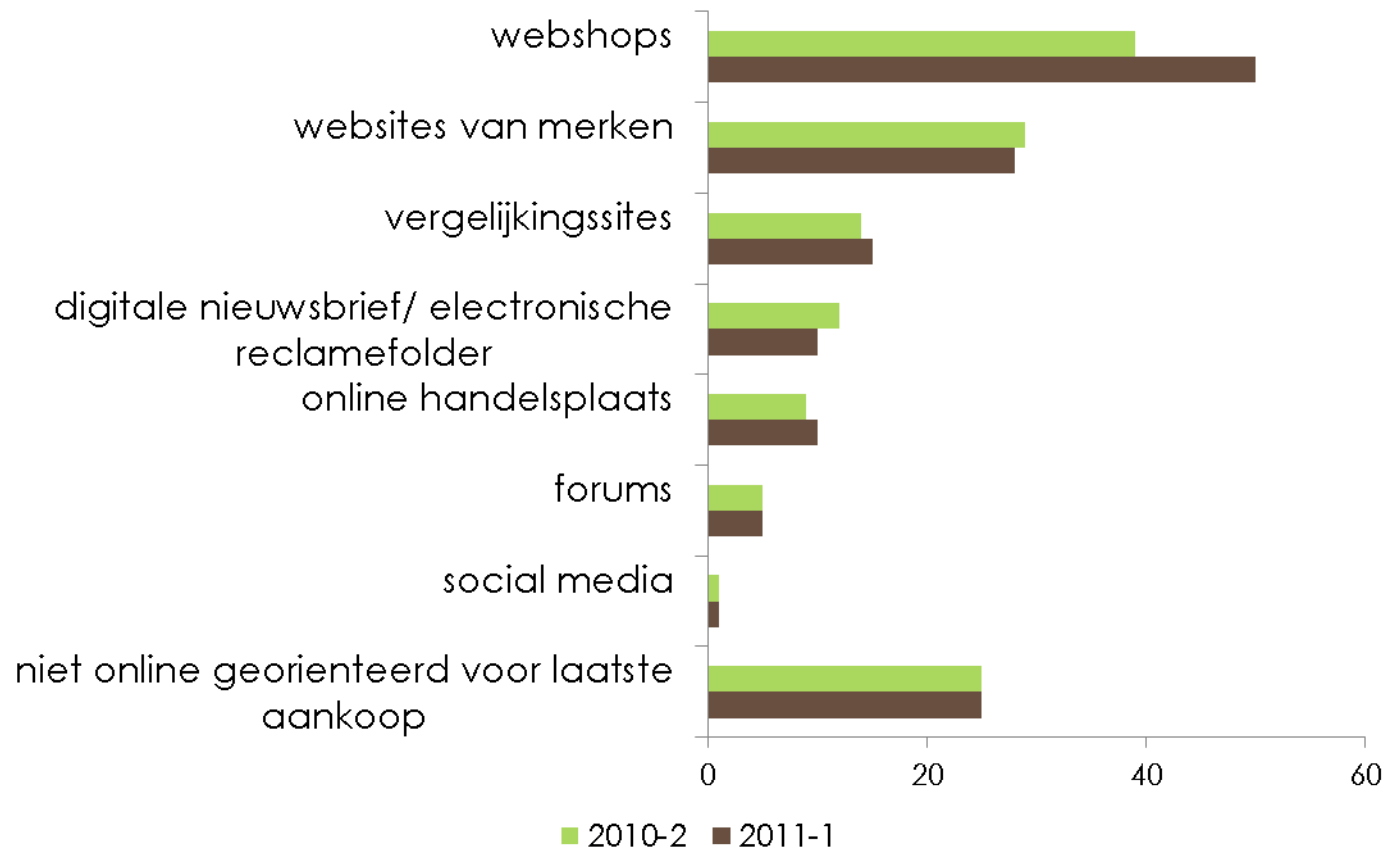
(% genoemd door online consument)



Nadelen online shoppen volgens consument (%)



Oriënteren – online shopper (in %)



■ 2010-2 ■ 2011-1





Praktijkcasus

BODY EN FITSHOP.NL

Het ontstaan

- Idee ontstaan via sportschool in Zwolle;
- Ilco Bos: gestart in 1995 met Body en Fitshop winkel: winkel in voedingssupplementen;



- Rond 2003 is Laurenz vanuit Heerenveen zich gaan focussen op de webwinkel;
- Sinds 2008 hebben Ilco en Laurenz gezamenlijk de schouders onder de webwinkel gezet.



De start van de webshop

Waar moet je aan denken als je een webshop start:

- Idee
- Webbouwer
- Bank
- Distributie: van auto via busje naar TNT vrachtauto



Webwinkel

- Look and feel: wat druk, maar zeer functioneel;
- Gemakkelijk kunnen zoeken op de site;
- Eenvoudig bestellen en betalen.



Voorbeeld huidige webshop

BODY EN FITSHOP.NL

Groothandel
Over ons
Verzend & Betaal Opties
Bestellen vanuit België

Contact
Kassakorting!
Lidleg kies uw Kado's!
Blog

Home Afslanken Dieet Eiwitten Whey Creatine Pre-Workouts Vitamines+ Herbs Weight Gain Amino zuren Body Building Carbs Combi Toppers!! Week aanbiedingen Nieuw Binnen OP -OPI! Verwacht

Uw winkelwagen is nog leeg

Inloggen

Uw winkelwagen is nog leeg

Inloggen

A-HD BPI Sports



44,90 29,90!

Carbrite Diet Bars Universal



19,90 16,50!

Mammoth 2500 Interactive Nutrition



Super Gainer!

Syntha 6 BSN



6 eiwitten in een overheerlijke shake!

Protein Perfection Stack Body & Fit sportsnutrition



Zoek op product... Zoek op merk... Zoek op naam... Zoek



Dagelijks de laagste prijs, geen verzendkosten



Koop nu, betaal over 14 dagen



Extra kassakorting op vele producten



PakjeGemak

5. garanties

- ✓ Dagelijks de laagste prijs
- ✓ Voor 22.00 besteld, morgen in huis
- ✓ Geen verzendkosten
- ✓ Grootste assortiment topmerken
- ✓ Professionele eerlijke adviezen

Afslank Eiwit body & Fit Sportsnutrition



1x2000 Gram (71 Shakes) € 34,00
2x2000 Gram (142 Shakes) € 64,90
1x 12 Sachets € 0,00

- Versnet als enige "dieet eiwit" actief vetverlies
- De beste keuze in elk low carb- en eiwitdieet
- Hoogwaardig eiwit met toegevoegde vitamines en mineralen
- Ingredienten versnellen de vetverbranding
- Verkt altijd voor iedereen (dames en heren)
- 105 Kcal per shake!
- 6 heerlijke Milkshake smaken
- slechts 55 cent per shake

Whey Perfection Body & Fit Sportsnutrition Meer info



Whey Perfection = kwaliteit tot in perfectie.
Tot op de laatste milligram de meest zuivere Whey - het allerbeste. Whey Perfection is op elk front, kwaliteit, prijs en smaak de absolute nr1! Whey Perfection bevat Ultra Gefilterde Whey Concentraat, de meest zuivere kwaliteit Whey Proteïne Isolaat en het peperdure en exclusieve Whey Hydrolysaat (di- en tri peptides!). Met Whey Perfection bereik je door de exclusieve samenstelling meer spiergroei per shake als met welke andere Whey Proteïne dan ook! Leverbaar in 16 heerlijke smaken! Stuk voor stuk een smaaksensatie.

Aantal	Maat	Smaak	Prijs p/s	
1	1x 5 lb/2270 gram (81 shakes)	Banana Milksh	€ 32,90	Bestel
1	1x 10lb/4540 gram (162 shakes!)	Banana Milksh	€ 54,90	Bestel

Magnificent Body & Fit Sportsnutrition Meer info



Dit is High Tech!
Extreem volle, grote, ronde en harde spiermassa! Magnificent! Magnificent wordt na je training direct opgenomen. Het resultaat is al na enkele dagen merkbaar. Spieren voelen constant hard en vol.
Je spiermassa en spierkracht nemen extreem snel toe. Een toename van zelfs 2-6 KG spiermassa in combinatie met een krachttoename van 40% is niet uitzonderlijk!

Aantal	Maat	Smaak	Prijs p/s	
1	1x 2100 Gram (30 Doseringen)	Fruit Sensation	€ 24,90	Bestel
1	1x 10 Sachets (10 Doseringen in Fruit Sensation)	Fruit Sensation	€ 0,50	Bestel

Green Tea Slank - Ultra Pure Body & Fit Sportsnutrition Meer info



- 250mg EGCG per capsule!
- Verneet de vetverbranding

Ultra Whey Pro Universal



1x 4540 Gram (151 Shakes) € 69,90

Weekaanbieding!

- Heerlijke milkshake smaken
- Bouw vetvrije spiermassa
- Bodybuilding en Dieet
- Laag in koolhydraten
- Laag in vet
- 499,90 69,90!



Enkele cijfers ontwikkeling shop

- Laatste jaren met bijna 100% per jaar gegroeid in omzet;
- Maar.....
 - Internet ook steeds meer vechtmakr, zowel inkoopkant als verkoopkant;
 - Internet is volkomen prijstransparant;
 - Marges onder druk door concurrentie;
 - Betrouwbaarheid en service steeds belangrijker.



Wat komt er kijken bij de groei van het bedrijf?

Valkuilen:

- Manager of Ondernemer?
- Inkoop verbeteren
- Pand
- Distributie
- Betalingsverkeer



Toekomst: mobiele webshop

Mobiele webshop:

- Body en Fitshop is druk bezig met ontwikkeling van een mobiele shop, omdat men dit als een zeer belangrijke aanvulling ziet op e-commerce;
- Hiervoor is een gespecialiseerd bedrijf in de arm genomen, die de website zal aanpassen voor het gebruik van mobiel internet (m-shop).

Social Media:



facebook



Toekomst:

- **Hoe ben je vindbaar op het internet?:**

 - Google positionering

 - Google adwords

- **Nieuw pand:** we zijn bezig met een nieuw pand op een zichtlocatie aan de snelweg.



Toekomst:

- **Internationaal:** Van onze omzet komt nu circa 10% uit België, dit willen we in de toekomst nog verhogen, ook zijn er al plannen om op de Duitse markt een stap te zetten.
- **Groothandel:** Naast de nieuwe webshop voor particulieren komt er ook een nieuwe groothandelssite, deze richt zich vooral op de sportscholen.
- **Eigen merken:** Naast circa 80 merken (bijna 2.000 producten) hebben we ook onder private label circa 75 producten onder het merk Body&Fit nutrition in ons assortiment.





Online Betalen



Trends in de online betaalmarkt

- Waar consumenten ooit hun geld aan banken toevertrouwden, is er dankzij de crisis, het mondialiseringsproces en de implementatie van de PSD (Payment Services Directive) in Europa een verschuiving zichtbaar waarbij nieuwe aanbieders van betaaldiensten de financiële markt kunnen betreden.
- Dit zijn geen banken, maar innovatieve bedrijven die al een vertrouwensrelatie hebben weten op te bouwen met een groot aantal consumenten. Bedrijven zoals PayPal, AfterPay, Amazon en Google worden gebruikt door miljoenen online consumenten voor betalingen, winkelen, zoekfuncties en e-mail en daar kunnen nu financiële diensten aan worden toegevoegd.
- Tevens spelen psp-ers (payment service providers) een belangrijke rol op de online betaalmarkt.

Bron Innopay





Online betaalmethoden in Nederland

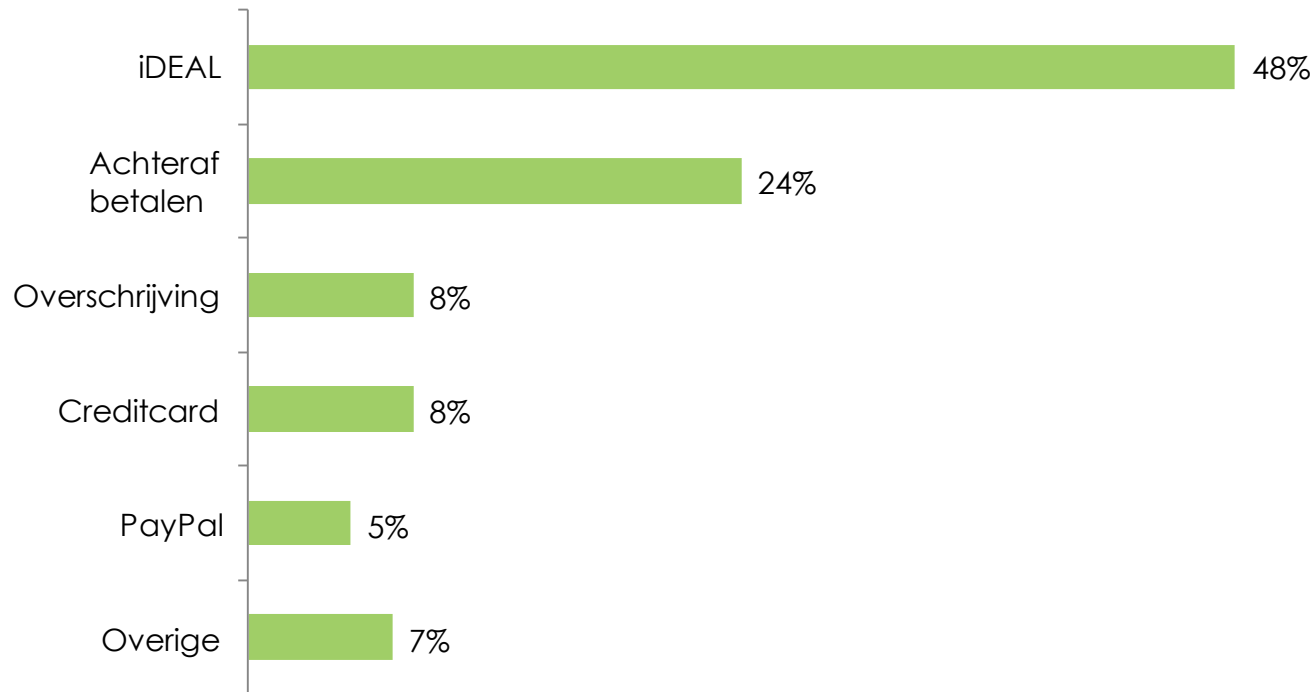


Bank/Giro overschrijving



Het online betaallandschap

Zo betaalde de consument in Nederland bij voorkeur online in 2010



Bron: Blauw Research



AfterPay, online achteraf betalen!

Winkelen op het web, betalen met acceptgiro

De acceptgiro rukt op als betaalmiddel voor internetpullen. Gewoon, je handtekening zetten op een echt stuk papier. Lekker makkelijk.

IRENE OVERDUIN

Kleertjes.com, Scapino, Bart Smit, Plasma Discounter. Wie er online kleding, schoenen, speelgoed of tv-schermen koopt, kan via het web betalen maar mag zich ook een overschrijvingsformulier laten toezenden. Steeds meer mensen kiezen voor het laatste.

In Nederland is het Heerenveense AfterPay (15 medewerkers) de grootste van vier onafhankelijke spelers in deze jonge factureringsmarkt. Vorig jaar verwerkte het bedrijf namens enkele honderden webwinkeliers 800.000 betaalopdrachten. „Dit jaar groeien we zeker naar boven de 1 miljoen”, zegt directeur-eigenaar Stefan van den Berg. Het is een bloeiende markt. Nederland tel nu 26.000 webwinkeliers, jaarlijks komen er 5000 tot 6000 bij.



Directeur Stefan van den Berg van AfterPay: „Banken hebben deze markt erg onderschat”. FOTO FRANS KANTERS

Klanten hebben vaak hele praktische redenen om voor de papieren betaalopdracht te kiezen, zegt Van den Berg. „Bijna iedereen die online schoenen bestelt, bestelt twee paar. Dan kun je passen. Wat niet past, stuur je terug. Heb je via het web betaald, met iDEAL bijvoorbeeld, dan duurt het een aantal weken voordat je je geld terug hebt. Met de acceptgiro betaal je achteraf.” Je geld is niet nodeloos onderweg.

Achteraf betalen geeft veel klanten bovendien een veiliger gevoel dan vooruit. „Webshops staan vaak op grote afstand. Je kunt onmogelijk weten of ze zo betrouwbaar zijn als ze zich op hun website voordoen.”

Onwennigheid met digitale betaalmethoden speelt een rol bij de groeiende groep senioren op het web. En verder gebruiken klanten de acceptgiro ook als noodverband. „Je wasmachine is stuk, je hebt snel een nieuwe nodig, maar je hebt pas over twee weken geld... dan is achteraf betalen een uitkomst.”

AfterPay verdient zijn geld met een vaste vergoeding per transactie en een variabele vergoeding voor de overname van het debi-

teuren- en frauderisico. Het bestrijden en minimaliseren van die risico's is een belangrijke tak van sport. Van den Berg knikt naar twee medewerkers: „Zij zoeken constant naar aanwijzingen die iets kunnen zeggen over het betalingsgedrag van klanten. We werken met hele grote online databases waarin openbare informatie staat over het achteraf-betaalgedrag. In onze eigen database staat het betaalbedrag van miljoenen Nederlanders.”

Gealarmeerd raakt het duo als klanten rommelen met voorletters, adressen en geboortedata.



Achteraf betalen geeft mensen een veilig gevoel

Dat duidt vaak op snode plannen. „Momenteel is afleverfraude nogal een probleem, het zogeheten hengelen.” Boeven bestellen bijvoorbeeld games op een schijfje, laten de pakketjes bezorgen in vijf verschillende postbussen in de hal van een bejaardenflat, wachten in de bosjes tot de postbode weg is, glippen de hal in en hengelen de kluisjes leeg. Zodra AfterPay een fraudeur betrapt, doet het bedrijf aangifte bij de politie. Goedwillende klanten die ondanks minnelijke verzoeken na zeventig dagen niet betaald hebben, worden overgedragen

aan een incassobureau. Van den Berg wil niet afgeleid worden door incasso en deurwaarderij.

Bedrijven als AfterPay staan niet onder toezicht van de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Dat zou wel moeten, vindt Van den Berg. „In onze branche ging vorig jaar €8 miljard om. Deskundigen denken dat dit binnen enkele jaren naar €20 miljard groeit. De bedragen lopen gedeels over de rekeningen van bedrijven als het onze. Ik zou het toejuichen wanneer de AFM de online branche gaat volgen.”

Het reguliere bankwezen pakt maar een klein deel van de markt. „De banken hebben deze ontwikkeling onderschat, ze hebben de slag echt gemist.” Van den Berg ziet hen niet zo gauw marktaandeel terugwinnen. Daarvoor is de Europese markt te versplinterd. „Er zijn alleen al in de EU 400 betaalmethoden, met heel veel lokale spelers”

Deze beweeglijke situatie lacht hem toe. Hij wil Europa in, eerst Duitsland en België, daarna Scandinavië en Oost-Europa. „Onze opdrachtgevers willen de grens over, wij gaan mee.” Binnen een jaar is AfterPay aan de Abe Lenstra Boulevard uit zijn jasje geknapt. „We begonnen met 7 man, zijn nu met 15 en eind dit jaar met 22 man. We gaan verhuizen.”

Bron: Leeuwarder Courant



Online betalen

- Juiste mix betaalmethoden draagt bij aan omzet en conversielijn;
- Consument wil keuze uit betaalmethoden;
- Consument wil veilig betalen;
- Gemakkelijk betalen onderdeel 'beleving shopgevoel';
- Pas op met 'accounts';
- Toekomst heeft cross channel betalen.

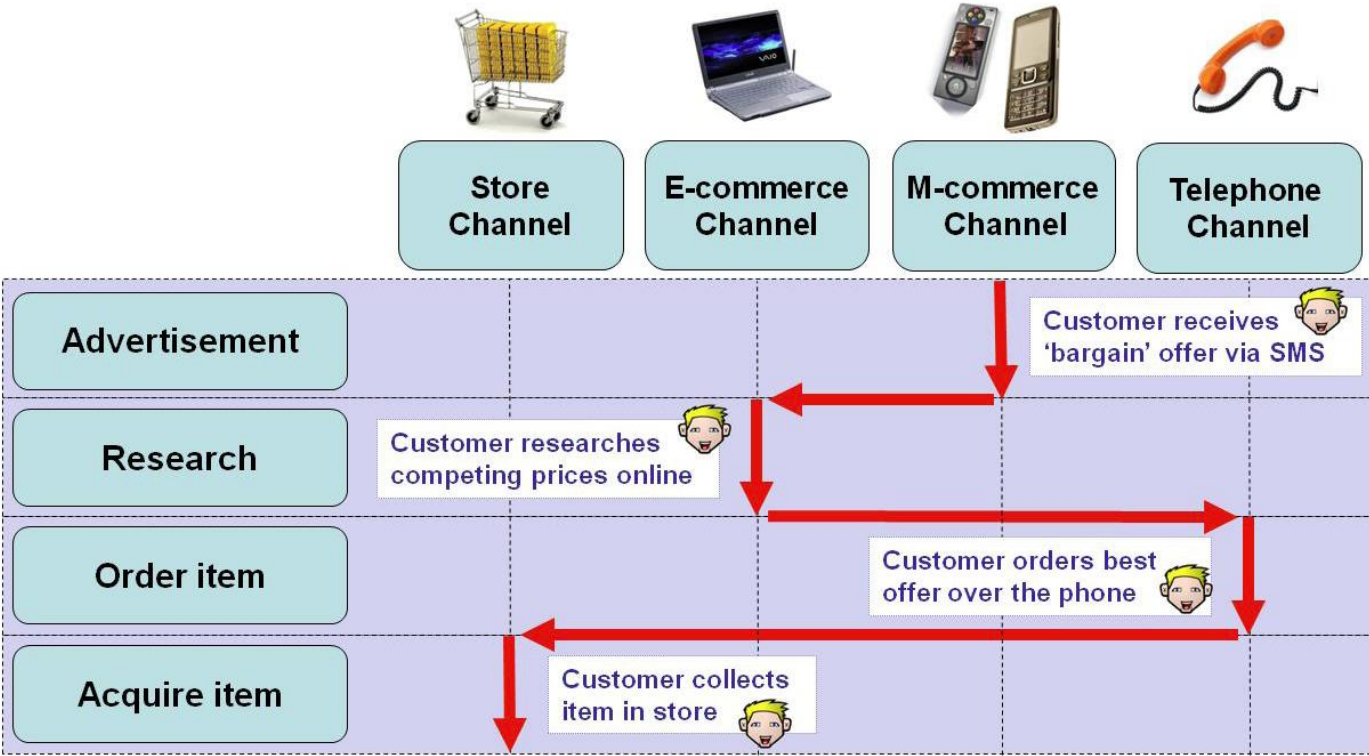




Van vandaag naar morgen....



Cross channel!



Customers can and do flip between channels during different stages of the customer purchase journey



Verschuiving van offline naar cross channel...

	2011	2015
Online kopers	10,4 %	8,8%
Offline kopers	54,5 %	37,2 %
Cross channel	35,2 %	54,1 %



Cross channel scenario's (verwachting 2015)

1. **In fysieke winkel bestellen bij website van die winkel:** ruim 70% consumenten geeft aan via zuil of iPad te zullen bestellen;
2. **In fysieke winkel bestellen bij een website merk:** ruim 60% consumenten geeft aan via merkensite in winkel te bestellen;
3. **Online bestellen bij een merk, afhalen in de fysieke winkel:** verwachting is dat 40% consumenten op deze wijze gaat winkelen;
4. **Online shop in shop:** aparte 'afdeling' van een merk binnen een shop. Ruim 45% consumenten spreekt dit aan in 2015;
5. **Mobiel bestellen in fysieke winkel:** circa 1/3 consumenten geeft aan deze vorm van winkelen te overwegen in 2015.



Verschuiving aflevervoorkeuren

	2011	2015
Thuis	90,5 %	86,7 %
Werk	3,6 %	2,9 %
Afhaalpunt (Kiala, e.d.)	4,4 %	8,5 %
Overig	1,5 %	1,9 %

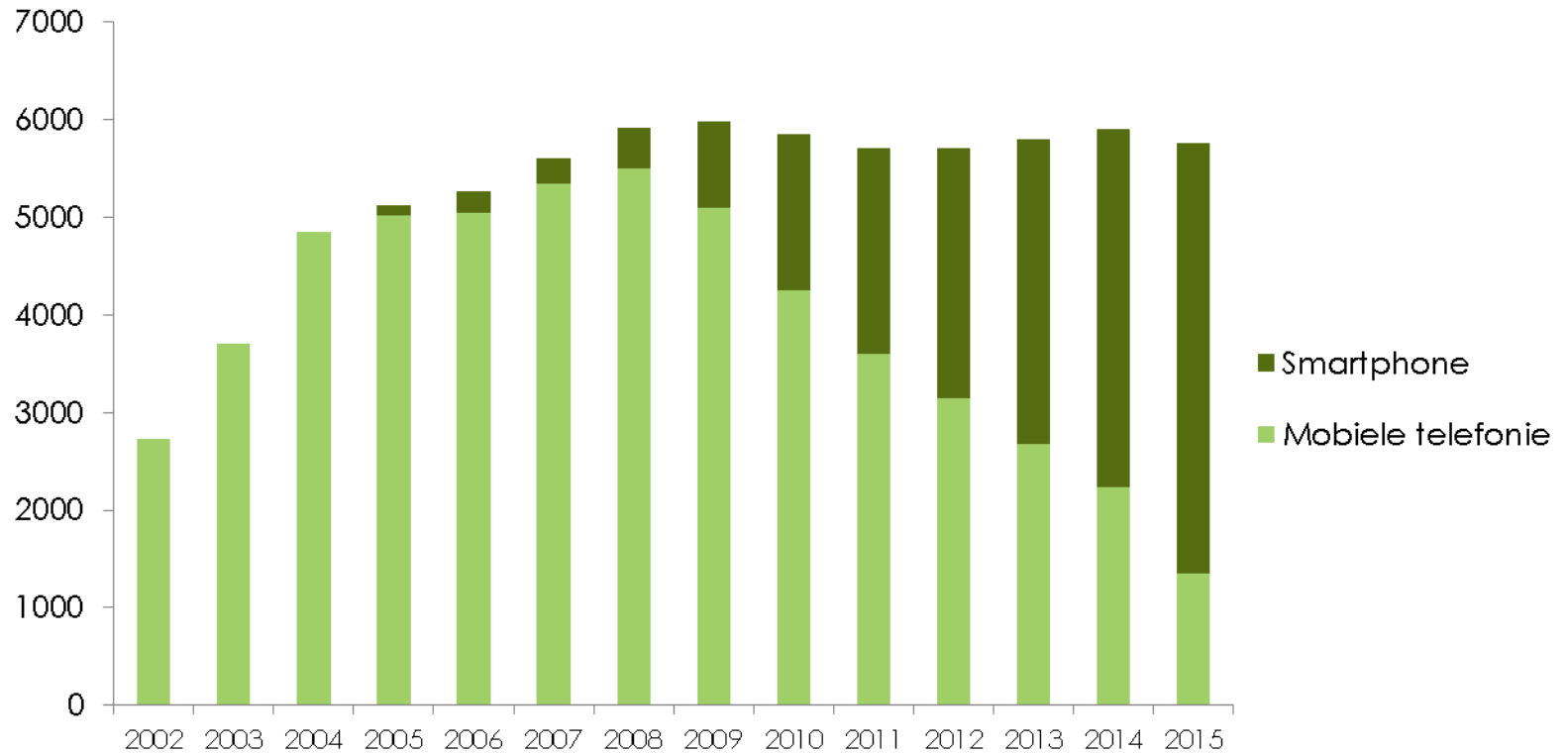


Product niet op voorraad....

	2011	2015
Bestelt direct in winkel	23,7 %	20,9 %
Komt terug als op voorraad is	19 %	15,9 %
Bezoekt andere winkel	34,3 %	26,4 %
Kijkt op internet om te bestellen	23,1 %	36,8 %



Ontwikkeling en verwachting m-commerce



Bron GFK



Mobile shopping in de lift





Betaalvormen voor de iPhone



Conclusie

- Retailers moeten er voor gaan zorgen dat zij aanwezig zijn in ieder kanaal (cross channel);
- Consumenten willen in de toekomst overal en altijd toegang hebben tot producten die zij willen kopen;
- Reviews worden steeds belangrijker: zorg voor productreviews en reviews van uw klanten;
- Vergroot eigen online en fysieke assortiment met online assortiment van merken;
- Integreer online winkelen (zuil, iPad, e.d.) in fysieke winkel;
- Denk na over integratie mobiel shoppen in de fysieke winkel (bijvoorbeeld Wifi in de winkel zodat klanten altijd mobiel kunnen bestellen).



Hoe verder?

- Informatie bronnen:
 - Thuiswinkel.org (branche organisatie);
 - www.pspcheck.nl (vergelijken betaalplatformen);
 - www.ogone.nl of www.docdatapayments.nl (psp-ers);
 - Fulfillment partijen (externe warehouse partners);
 - Webbouwers;
 - Banken (branchestudies);
 - Accountants;
 - Kamer van Koophandel;
 - Projectbureau A7/Westergo.





Dank voor uw aanwezigheid en aandacht