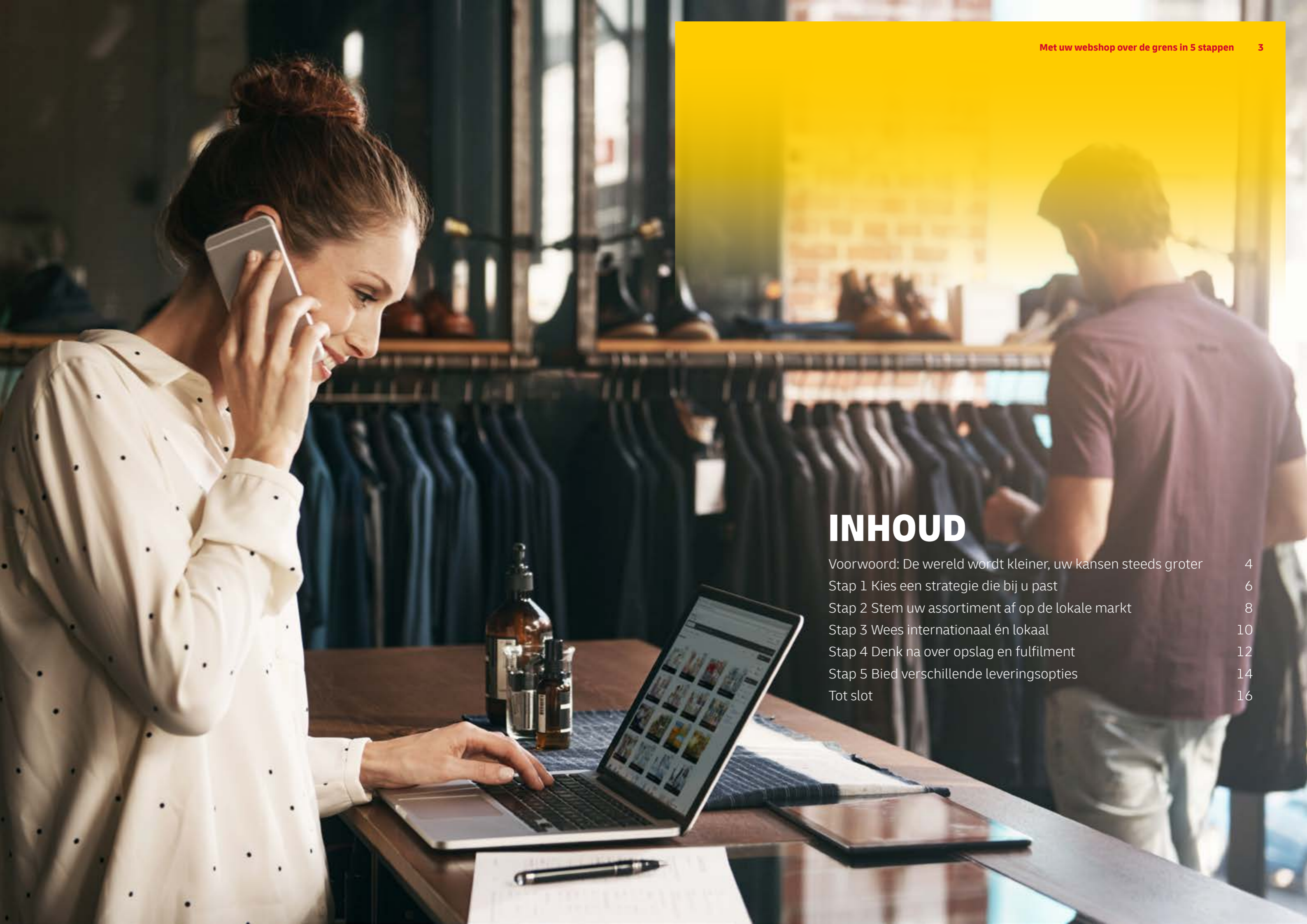


MET UW WEBSHOP OVER DE GRENS IN 5 STAPPEN



INHOUD

Voorwoord: De wereld wordt kleiner, uw kansen steeds groter	4
Stap 1 Kies een strategie die bij u past	6
Stap 2 Stem uw assortiment af op de lokale markt	8
Stap 3 Wees internationaal én lokaal	10
Stap 4 Denk na over opslag en fulfilment	12
Stap 5 Bied verschillende leveringsopties	14
Tot slot	16



DE WERELD WORDT KLEINER, UW KANSEN GROTER

De afgelopen jaren is online verkoop explosief gegroeid, en dat blijft alleen maar toenemen. Niet alleen B2C ging in stroomversnelling, ook de B2B wereld maakt nu een revolutie door dankzij e-commerce. Ook ú kunt een extra afzetkanaal creëren door uw producten online te verkopen. En met een online shop bereikt u veel meer klanten - wereldwijd! Wij helpen u in 5 stappen de grens over.

Wereldwijd wordt er steeds meer gekocht in webshops. Deze trend zien we terug bij Nederlandse consumenten, maar ook in de hele Europese Unie wordt meer gewinkeld over de grens. Het buitenland biedt enorme kansen, dus het loont om naar de mogelijkheden over de grens te kijken. De verwachting is dat 95% van de aankopen in 2040 online wordt gedaan. E-commerce biedt dan ook onbeperkte kansen voor ondernemers. Bent u een ondernemer met een succesvolle webshop in Nederland of produceert u een product dat u buiten de landsgrenzen online wilt gaan verkopen? Wilt u uw plek in het buitenland veroveren en écht verder groeien? Het klinkt misschien als een spannende uitdaging, maar de stap naar het buitenland is vaak sneller gemaakt dan u denkt.

Dit whitepaper laat zien hoe u in 5 eenvoudige stappen de grens overgaat met uw webshop:

1. **KIES EEN ROTSVASTE STRATEGIE**
2. **STEM UW ASSORTIMENT AF OP DE MARKT**
3. **WEES WERELDS EN LOKAAL**
4. **DENK NA OVER FULFILMENT EN OPSLAG**
5. **GA VOOR VERGAANDE LEVERINGSACTIES**

U krijgt antwoord op vragen als: Hoe bepaal ik mijn cross-border strategie? Hoe speel ik optimaal in op de lokale behoeften? En: hoe zit het met praktische zaken als fulfilment, verzendkosten en afrekening van de btw? Ofwel wat zijn de 5 stappen om uw business online succesvol uit te breiden naar nieuwe landen.

Let op: Jaarlijkse groei van 25% verwacht voor webshops die internationaal zakendoen.

STAP 1. KIES EEN STRATEGIE DIE BIJ U PAST



Voordat u een nieuwe markt betreedt met uw webshop, is het essentieel om uw koers te bepalen. Gaat u meteen buiten Europa of benadert u eerst een buurland? Marktonderzoek vormt de basis voor uw strategie. Hiermee krijgt u inzicht in het huidige aanbod, de concurrentie in andere landen én behoeften van de lokale consument. Het maken van de juiste keuzes zal tijd en energie vergen, maar het is de beste manier om de meest aantrekkelijke consumentenmarkten te vinden.

Onderzoek de potentie van cross-border

Hoe aantrekkelijk een markt is, kunt u deels online vinden. Er zijn veel lokale onderzoeksrapporten die u kunt raadplegen over de lokale ontwikkeling van E-commerce. Daarnaast is het interessant om naar consumentgedrag en trends in bepaalde landen te kijken. Ook daarover is online genoeg te vinden. Gebruik zoektermen als 'E-commerce trends' of 'consumer trends'. Bedenk hierbij dat u zich waarschijnlijk nog verder moet verdiepen in uw assortiment en hoe dit zou passen bij de doelgroep. In het volgende hoofdstuk staan we daar uitgebreid bij stil.

Binnen of buiten Europa

Intussen ontdekt u of consumenten in een bepaald land daadwerkelijk veel online kopen over de grens. In Cyprus, Malta en Luxemburg is dat bijvoorbeeld het geval, maar vanwege de kleine marktomvang zijn de kansen voor business vaak beperkt. Engeland ligt misschien voor de hand omdat E-commerce daar sterk groeit, maar heeft u ook aan Oostenrijk gedacht? Daar kopen consumenten massaal over de grens.

Kijk ook buiten Europa. Bedenk dat culturele afwegingen een rol kunnen spelen in het wel of niet succesvol cross-border zakendoen. Zo zouden webshops in Engeland eerder starten in de Commonwealth-gebieden omdat smaak en cultuur dichtbij die van de Engelsen liggen. Voor Nederland zijn er bijvoorbeeld kansen in Australië, want daar wonen veel Europeanen die vertrouwd zijn met onze producten. Onderzoek bijvoorbeeld ook waar veel Nederlandse expats zitten.

Maak van concurrentie uw voordeel

Breng vervolgens de concurrentie in kaart, want die is altijd en overal aanwezig. Laat u er niet door afschrikken, maar zie het juist als een kans. Kijk eens hoe uw concurrenten het in het buitenland doen door hun webshop te analyseren. Is er lokale regelgeving waar zij aan moeten voldoen? Welke mogelijkheden voor betalen en verzenden bieden zij? En hoe kunt u zich onderscheiden?

Formuleer een salespitch die past bij uw nieuwe klanten

Bedenk wat uw product oplevert voor de buitenlandse consument. Voor wie is uw product of uw assortiment interessant? Uw waardepromissie moet passen bij de lokale behoefte. Onderwerpen als beschikbaarheid, product, prijs en vertrouwen zou u moeten adresseren in uw salespitch. Bereid een krachtige pitch voor om zowel klanten als zakenpartners te overtuigen van uw product en/of uw merk. In dit stadium is het slim om uw ideeën te toetsen bij mogelijke nieuwe klanten. Schroom niet om een salespitch te delen met een toekomstige klant en om feedback te vragen.

Bundel alles in uw strategisch plan

In de eerste fase waarin u een strategie formuleert, is Google uw beste vriend. Doe onderzoek, analyseer succesvolle webshops, bereid uw salespitch voor en test deze uit. Met een goede voorbereiding zorgt u ervoor dat u straks goed uit de wedstrijd komt in het buitenland. Onderzoek de feiten grondig en breng al uw bevindingen samen in een strategisch plan. Bent u er klaar voor?

UW KANS?

Toets uw ideeën bij mogelijke nieuwe markten en klanten. Schroom niet om uw salespitch te delen met een toekomstige klant en om feedback te vragen.



STAP 2. STEM UW ASSORTIMENT AF OP DE LOKALE MARKT

Tijdens het eerste onderzoek naar kansen en markten verdiept u zich uiteraard goed in de kans van slagen van uw assortiment in een bepaald land. Als nieuwkomer in het buitenland wilt u iets bieden dat een ander nog niet doet, of waar de potentie voor groei is. Verdiep u daarom goed in de doelgroep, zodat uw assortiment optimaal aansluit op de lokale behoeften.

Met een specialistisch aanbod onderscheidt u zich van de grote webshops die een breed assortiment bieden. Met een keuze voor een nicheproduct kunt u inspelen op een lokale behoefte. Een voorbeeld: Stel u verkoopt of produceert design meubels in Nederland. Ondanks de hevige concurrentie zijn dergelijke meubels in Scandinavië een ware hype. Het is dan een logische stap om uw webshop of uw product in Scandinavië te introduceren. Zorg er in ieder geval voor dat uw assortiment aan een lokale vraag voldoet.

Onderzoek biedt inzicht

Het internet maakt het de webshopeigenaar makkelijk om over de grens zaken te doen. Bovendien maakt internet het mogelijk om vooraf informatie te vinden om dichterbij de lokale behoeften te komen. Wilt u bijvoorbeeld bloemen gaan verkopen in Polen? Dan kunt u online ontdekken wat de meest gewilde bloemen zijn of in welke periodes of op welke feestdagen bloemen worden gekocht. Zo ontdekt u bijvoorbeeld dat op de nationale juffendag in Polen alle lagereschoolkinderen hun juf een roos geven.

Soms spelen cultuurhistorische kenmerken ook een rol. Als u vrijetijdskleding in Brazilië wilt verkopen via uw webshop, adviseren wij u om paarse kleding uit het assortiment weg te laten. Paars is daar namelijk een rouwkleur.

Testen is weten

Vanaf het moment dat uw webshop in de lucht is, kunt u aan de slag met monitoren en aanpassen. Uw webshop is de spiegel van de klantervaring. Door het aanpassen van lay-out of de foto's op de website en data-analyses van het webbezoek kunt u uw assortiment aanpassen op de doelgroep.

De belangrijkste graadmeter van het succes van uw assortiment zijn de verkoopcijfers. Maar geef niet meteen op als een bepaald product niet gekocht wordt. Misschien kunt u de klantervaring van de webshop of uw promotie verbeteren en daarmee de verkoopcijfers verhogen.

Klantervaring en E-commerce

U bepaalt de klantervaring met de vormgeving van de webshop, de productinformatie, maar ook met transparante informatie over voorraden, verzendmogelijkheden en kosten. Op meer technisch vlak wordt de klantervaring bepaald door bijvoorbeeld de inlogmogelijkheden en cross-device gedrag. Daarbij switcht de klant van mobiel naar laptop en worden items bijvoorbeeld in een winkelwagentje bewaard.

UW KANS?

Klantervaring is key voor een webshopklant. Als u energie steekt in het optimaliseren van de klantervaring betaalt zich dat gegarandeerd terug.



STAP 3. WEES INTERNATIONAAL EN LOKAAL



Consumenten die online winkelen, willen graag lokaal gemak ervaren. Biedt de bezoeker van uw webshop daarom service op maat. Ook de manier waarop u de klant aanspreekt is belangrijk. Alleen de website vertalen is niet genoeg: u moet rekening houden met culturele aspecten.

Betalen

De consument wil zo eenvoudig mogelijk kunnen betalen. Wees ervan bewust dat deze behoeften verschillen per land, regio of zelfs woonplaats. Houd rekening met de verschillende betaalsystemen in het buitenland. In Nederland wordt iDEAL het meest gebruikt, maar in Frankrijk wordt vooral met de creditcard betaald. En in China kennen ze het betaalsysteem Alipay.

Verzenden en retourneren

Ook de voorkeuren voor bezorgmethoden verschillen per land of regio. Waar Nederlanders vooral kiezen voor Home Delivery, halen Scandinaviërs liever hun pakketje op bij een ophaalpunt. Dat geldt ook voor de Verenigde Staten en Australië, want daar zijn de afstanden tussen woonadressen soms te groot om snel te kunnen bezorgen.

Verzenden en retourneren zijn voor consumenten de belangrijkste beslisfactoren in het aankoopproces. Het is mogelijk om per land aangepaste methoden te hanteren. Ook is het raadzaam om duidelijk te zijn over de invoerrechten en btw. Om de klant optimaal te bedienen, kunt u ook met de vervoerder afspreken dat u alle verzendkosten (inclusief belastingen) voor de klant vooraf betaalt. Uw klant komt dan niet voor verrassingen te staan.

Cultuurbarrières

Fransen en Duitsers worden liever niet getutoeerd en Vlamingen gebruiken andere zoekwoorden dan Nederlanders. Bent u zich daarvan bewust? De meeste webshopbezoekers vinden hun weg op een Engelse website. Vertaal uw webshop daarom altijd in het Engels. Is uw doelgroep het Engels minder machtig? Overweeg dan om de webshop te vertalen naar hun moedertaal.

Lokale promotie

Afhankelijk van uw assortiment, het land en uw doelgroep moet u zich verdiepen in de beste promotiemogelijkheden. Uiteraard is Google met wereldwijde advertentiemogelijkheden een mogelijkheid. Maar, ieder land heeft ook zijn lokale promotiekanalen.

In Nederland is adverteren op Marktplaats bijvoorbeeld een goed alternatief voor Google Ads. Wat is het lokale alternatief in uw doelland? Zoek contact met een lokaal marketingbureau, doe zelf online research of praat met lokale partners over de mogelijkheden.

UW KANS?

Verzenden en retourneren zijn voor consumenten de belangrijkste beslissingsfactoren in het aankoopproces. Vermeld in ieder geval duidelijk op de homepage dat u naar het buitenland verzendt.



STAP 4. DENK NA OVER FULFILMENT EN OPSLAG

Lokaal succes garandeert niet meteen internationaal succes. Een van de drempels die ondernemers moeten nemen is het opzetten van een gestroomlijnd fulfilment proces. Hoe regelt u de opslagruimte bij gestage groei? En wie helpt u met verzenden?

In het spectrum van mogelijkheden kunt u denken aan een centrale hub van waaruit u de markt bedient, of aan een volledig lokale aanpak per land. Het is raadzaam om hier tijdig over na te denken. Een meer centrale aanpak kan aantrekkelijk zijn vanwege de lage kosten, maar het kan u ook belemmeren in de concurrentieslag die u wilt maken ten opzichte van lokale spelers. Afhankelijk van de vraag naar uw producten, lokale behoeften, de breedte van uw assortiment en de benodigde speed-to-market organiseert u het hele proces.

Premium delivery

Voor kleinere spelers is het vaak raadzaam om met lokale spelers samen te werken. Premium logistieke dienstverleners kunnen gegarandeerd binnen 1 dag bezorgen of binnen 2 of 3 dagen intercontinentaal. In beide gevallen met specifieke bezorgtijden in de ochtend. Dit kan aantrekkelijk zijn voor uw klant. Zoek daarom een geschikte partner met een aantrekkelijk fulfilmentmodel.

Onvoorspelbaar

Een plotselinge stormloop op uw website is niet altijd te voorspellen. Er zijn genoeg succesverhalen van kleine webshops die begonnen zijn op een zolderkamer en in rap tempo uitgroeiden tot marktleider. Maar ook met een kleine groei kunt u nadenken over een efficiënt proces. Wacht niet tot het zover is, kies een toekomstbestendig fulfilment-model.

UW KANS?

Valt u in de categorie kleine speler in de markt die u benadert? Dan is samenwerking met een lokale fulfilmentpartner de enige juiste optie. Bent u een grotere wereldspeler? Dan kan een centrale hub voor opslag en fulfilment een aantrekkelijk alternatief zijn.



STAP 5. GA VOOR VERGAANDE LEVERINGSOPTIES



Nu u de basis ingrediënten voor een succesvolle cross-border webshop op orde heeft, bent u bijna klaar om uw nieuwe markt te bedienen. Het onderdeel 'levering' lijkt een eenvoudig sluitstuk. Helaas is dit niet het geval. Uw klant vindt het vaak heel belangrijk dat de leveringsopties die u aanbiedt aantrekkelijk zijn. Als de leveringsopties niet passend zijn, dan is de kans groot dat deze consument alsnog afhaakt.

De klant bepaalt

De kans dat de klant daadwerkelijk tot aankoop overgaat, is groter wanneer u hem of haar controle geeft over de dag, tijd en wijze van aflevering. Webshop-eigenaren vinden dit soms lastig. Uit onderzoek van DHL-Express blijkt ook dat 74% van de cross-border webshopeigenaren de grootste barrière ziet in 'de hoge verzendkosten en 67% benoemt 'de complexe logistiek'. Het onderzoek bevestigt ook dat snelheid te allen tijde boven prijs gaat.

Premium shipping

Afhankelijk van de productcategorie zijn er verschillende standaarden en normen. In medium- tot hooggeprijsde modeartikelen bijvoorbeeld is het gebruikelijk om op een afgesproken tijdstip te leveren. De gemaakte marge die de artikelen opleveren, wegen op tegen de hogere verzendkosten. Een afweging die meespeelt bij mode is dat de cross-border klant vaak grotere bestellingen doet.

Ook in andere sectoren kan premium shipping snellere groei en groter succes betekenen. Uit onderzoek blijkt dat premium shipping - gemiddeld genomen over meerdere sectoren - 60% snellere groei oplevert.

UW KANS?

Het bieden van premium shipping is voor last-minute-aankopen cruciaal. Anders koopt uw klant bij de concurrent die wél snelle levering biedt.





TOT SLOT

In 5 stappen over de grens met uw webshop. Bent u er klaar voor? Van strategische keuzes tot de praktische uitvoering, u kunt geen van de 5 stappen weglaten. Natuurlijk kunt u zaken testen en uitproberen, maar een goede voorbereiding helpt u vaak sneller op weg. Wij geven u in onderstaand overzicht nog even de 5 tips en kansen. Doe er uw voordeel mee.



STAP 1: STRATEGIE

Toets uw ideeën bij mogelijke nieuwe markten en klanten. Schroom niet om een salespitch te delen met een toekomstige klant en om feedback te vragen.

STAP 2: ASSORTIMENT

Klantervaring is key voor een webshopklant. Als u energie steekt in het optimaliseren van de klantervaring betaalt zich dat gegarandeerd terug.

STAP 3: INTERNATIONAAL EN LOKAAL

Verzenden en retourneren zijn voor consumenten de belangrijkste beslissingsfactoren in het aankoopproces. Vermeld in ieder geval duidelijk op de homepage dat u naar het buitenland verzendt.

STAP 4: OPSLAG EN FULFILMENT

Valt u in de categorie kleine speler in de markt die u benadert? Dan is samenwerking met een lokale fulfilmentpartner de enige juiste optie. Bent u een grotere wereldspeler? Dan kan een centrale hub voor opslag en fulfilment een aantrekkelijk alternatief zijn.

STAP 5: LEVERINGSOPTIES

Het bieden van premium shipping is voor last-minute-aankopen cruciaal. Producten worden anders bij de concurrent gekocht die wél snelle levering biedt.

DHL Express
Anchorageaan 32
1118 LD Schiphol

088 0552 000
www.dhlexpress.nl
dhldirectsales@dhl.com

Disclaimer

Aan de inhoud van dit whitepaper kunnen geen rechten worden ontleend.

Copyright DHL Express.

Versie 1.0/06-2021