

Starten met dropshipping - Run een winstgevende webwinkel zonder voorraad



# Inhoudsopgave

<b>Hoe dit boek te gebruiken</b>	<b>6</b>
<b>Wat is Dropshipping?</b>	<b>8</b>
Voordelen	8
Nadelen	10
Is het de moeite waard?	11
<b>Vorraadketen en Leveringsproces</b>	<b>12</b>
Dropshipping is een dienst, geen rol	13
Dropshipping in de Praktijk: Het Bestelproces	13
Dropshippers Zijn Onzichtbaar	16
<b>Het Vinden Van en Werken Met Leveranciers</b>	<b>17</b>
Hoe Bepaal Je Wie Nep Is?	17
Het Vinden Van Groothandels	19
Neem Contact Op Met de Fabrikant	19
Zoek Via Google	20
Bestel Bij de Concurrentie	20
Bezoek een Beurs	21
Directories	21
Voordat Je Contact Opneemt Met Leveranciers	27
Hoe Vind Je Goede Leveranciers?	29

<b>Producten selecteren</b>	<b>32</b>
Online Verkopen met Succes	32
Manieren Om Waarde Toe te Voegen	34
Hoe Selecteer Je de Beste Klanten?	35
Andere Overwegingen Bij Het Kiezen Van Producten	36
De Vraag Inschatten	38
Google Keyword Tool	38
Google Trends	39
Een Inschatting Maken Van Je Concurrentie	43
Aantal Linking Domains	43
Gewicht van Concurrerende Sites	45
Kwalitatieve Cijfers	47
Belangrijke Opmerking Over Zoekresultaten	48
Riskante Producten om te Verkopen	48
En Dan Nog Dit	50
<b>Het Opstarten van Je Bedrijf</b>	<b>51</b>
De Inzet Die Nodig Is	51
Het Investeren van Tijd	51
Het Investeren van Geld	53
Kies een Bedrijfsvorm	54
Een BTW Nummer Aanvragen	55
Zorg Dat Je Financiën in Orde Zijn	55
Belasting Toegevoegde Waarde	56

Kamer van Koophandel	57
<b>Verkoopkanalen</b>	<b>58</b>
Dropshipping op Marktplaats en eBay	58
De Voordelen van Verkopen Via Marktplaats / eBay	58
De Nadelen van Verkopen Via Marktplaats / eBay	59
Dropshipping Via Bol.com of Amazon	60
De Voordelen van Verkopen Via Bol / Amazon	60
De Nadelen van Verkopen Via Bol / Amazon	61
Dropshipping met Je Eigen Webshop	61
De Voordelen van Je Eigen Webwinkel	61
De Nadelen Van een Eigen Webshop	63
Wat Is de Beste Verkoopstrategie?	63
<b>Het Runnen van een Dropshipping Bedrijf</b>	<b>65</b>
Als Leveranciers een Bestelling Verknallen	66
Voorraadbeheer en Meerdere Leveranciers	67
Bestellingen Afhandelen	69
Veiligheid en Fraude	70
Chargebacks	71
Retourzendingen	72
Voorraadkosten	73
Defecte Producten	73
De Verzending	75
Internationale Verzendingen	76

Welk Verzendbedrijf Gebruik Je?	77
Klantenservice	78
Telefonische Ondersteuning	79
<b>De Sleutels tot Succes</b>	<b>81</b>
1. Voeg Waarde Toe	81
2. Richt Je Op Marketing en Zoekmachine optimalisatie	82
3. Specialiseer Je!	85
4. Een Lange Termijn Visie	86
5. Biedt Uitstekende Dienstverlening	86
6. Verlies Jezelf Niet in Details	87
7. De Belangrijkste Stap	88
8. Je Eerste Verkoop	88
<b>Verklarende Woordenlijst</b>	<b>95</b>

# Inleiding

## Hoe dit boek te gebruiken

### **Beste Lezer,**

Gefeliciteerd met de aanschaf van mijn nieuwste boek. Je gaat alle ins-en-outs ontdekken over dropshipping.

Zelf heb ik alle stappen in dit boek doorlopen toen ik mijn webwinkel-business begon. Ik begon vanaf mijn slaapkamer met dropshipping en heb ondertussen een magazijn van 300m<sup>2</sup> vol met hangmatten, hangstoelen en vele andere producten.

Zelf gebruik ik dropshipping als de ultieme manier om markten uitgebreid te testen tegen de laagst mogelijke kosten. Om daarna, wanneer het een succes is, eventueel zelf voorraad te houden. Dropshipping is voor mij een 'tussenstation'.

Eigen voorraad kost namelijk ongelooflijk veel geld. Ik heb voor meer dan € 100.000 aan kapitaal in mijn magazijn liggen. Dit heb ik gelukkig zelf gefinancierd door telkens mijn winst te herinvesteren. Als ik dit bedrag bij de bank moet lenen betaal ik ± 10% rente per jaar. De eerste € 10.000 winst per jaar is dus al voor de bank. En gezien de huidige tijd denk ik niet dat de bank mij niet zomaar een lening wil(de) verstrekken.

Mijn huidige voorraad gebruik ik voor winstmaximalisatie en conversieoptimalisatie. Ik profiteer nu maximaal van inkoopvoordelen en snellere levertijden. Daarnaast heb ik een afhaallocatie plus showroom.

Omdat ik al precies wist welke producten wel verkochten en welke producten niet verkochten kon ik exact de juiste voorraad neerleggen. Hierdoor was mijn afschrijving minimaal. Wanneer ik dit niet had geweten kon ik 10 tot 15% per jaar van mijn voorraad afschrijven voor de eerste 4 jaar.

Zoals ik al zei: alles begon voor mij met dropshipping. En wanneer ik nu een nieuwe webwinkel open is mijn voorwaarde dat ik via dropshipping kan leveren.

Voor sommige webwinkels is dropshipping het eindstation, voor mij is het een tussenstation. Al kan ik ondernemers die blijven dropshippen geen ongelijk geven. Je loopt veel minder risico's en je vrijheid is veel groter.

Of voor jou dropshipping een eindstation of tussenstation is zal je pas merken in de praktijk. Maar dat dropshipping het beginstation voor je nieuwe webwinkel is kan je wel verzekeren.

Veel leesplezier!

Kees van Dijk

WebwinkelSucces.nl

# Hoofdstuk 1

## Wat is Dropshipping?

Bedrijven die gebruik maken van dropshipping hebben de producten die ze verkopen niet op voorraad. In plaats daarvan kopen ze het product bij een ander bedrijf en laten het direct naar de klant sturen. De winkelier komt dus niet zelf in contact met het product.

Het grootste verschil tussen dropshipping en het standaard retail model is dat de verkoper de producten niet op voorraad houdt. In plaats daarvan wordt het product na een bestelling bij een ander bedrijf – meestal een groothandel of fabrikant – ingekocht. Dit unieke model heeft een aantal voor- en tegens:

### Voordelen

**Er Is Minder Kapitaal Nodig** – Waarschijnlijk het belangrijkste voordeel van dropshipping is dat het mogelijk is om een e-commerce winkel op te zetten zonder eerst duizenden euro's te hoeven investeren. In het verleden was men grote bedragen kwijt aan het inkopen van voorraad.

In het dropshipping model koop je een product pas als de bestelling door de klant is geplaatst en betaald. Het is dus mogelijk om zonder grote investeringen vooraf een succesvol dropshipping bedrijf te starten met heel weinig geld.

**Starten Is Makkelijk** – Het runnen van een e-commerce bedrijf is veel



makkelijker als je je niet met de fysieke producten hoeft bezig te houden. Dankzij dropshipping heb je geen zorgen over:

- Het beheren van of betalen voor opslagruimte
- Het inpakken en versturen van je bestellingen
- Het bijhouden van voorraad voor je boekhouding
- Het afhandelen van retouren en binnenkomende zendingen
- Het voortduren bijbestellen van product en beheren van je voorraad

**Lage overhead** – Omdat je niets te maken hebt met het inkopen van voorraad of het beheren van een voorraadruimte zijn je overheadkosten relatief laag. Veel dropshipping bedrijven worden zelfs gerund vanuit huis met een laptop voor minder dan € 100 per maand. Als je gaat groeien zullen de kosten waarschijnlijk wat stijgen, maar het nog steeds goedkoper dan wanneer je zelf inkoop, beheer en verzending voor je rekening moet nemen.

**Flexibele locatie** – Een dropshipping bedrijf kan je overal runnen waar je een internetverbinding hebt. Zolang je maar kunt praten met leveranciers en klanten.

**Brede selectie aan producten** – Omdat je de producten die je verkoopt niet van tevoren hoeft in te kopen, kun je je potentiële klanten een zeer breed scala aan producten aanbieden. Zolang het ergens op voorraad ligt, kan jij het aan je klanten verkopen.

**Makkelijk op te schalen** – Bij een traditioneel bedrijf betekent drie keer zoveel handel meestal ook drie keer zoveel werk. Bij dropshipping wordt het meeste werk door de leveranciers gedaan, waardoor je makkelijker kunt groeien zonder dat dat veel werk met zich meebrengt.

Deze voordelen maken van dropshipping een aantrekkelijk model voor beginnende zowel als gevestigde ondernemers. Dropshipping is echter niet alleen maar rozengeur en maneschijn. Er zit een prijskaartje aan gemak en flexibiliteit

## Nadelen

**Lage marges** – het grootste nadeel van dropshipping zijn de lage marges. Omdat het zo makkelijk is een bedrijf op te zetten – en de overhead kosten zo laag zijn – zal je lang niet de enige zijn en zullen veel bedrijven proberen winst te maken door tegen bodemprijzen te verkopen. Omdat ze zo weinig in hun bedrijf hebben geïnvesteerd, kunnen ze een minieme marge hanteren.

Het is natuurlijk waar dat dat soort bedrijven vaak een beroerde website hebben, en een even beroerde (of geen) klantenservice, maar dat weerhoudt klanten er niet van hun prijzen te vergelijken met die van jou. Dit soort moordende concurrentie zorgt ervoor dat de marges voortdurend onder druk staan. Gelukkig kan je veel doen aan dit probleem door een niche markt te zoeken die zich goed leent voor dropshipping. Maar meer daarover in Hoofdstuk 4.

**Voorraadproblemen** – Als je zelf een voorraad hebt, is het makkelijk na te gaan welke producten al dan niet op voorraad zijn. Maar als je je producten elders besteld, bij bedrijven die ook aan anderen leveren, dan verandert hun voorraad constant. Hoewel er manieren zijn om tot een goede samenwerking te komen met je leveranciers, werkt het niet altijd naadloos, en bedrijven ondersteunen de benodigde software niet in alle gevallen.

**Verzendproblemen** – als je met meerder leveranciers werkt – wat de meeste dropshippers doen – dan worden de producten op je website geleverd door een aantal verschillende dropshippers. Dat compliceert je

verzendkosten.

Stel dat een klant hetzelfde product drie keer besteld, en het product iedere keer door een andere leverancier wordt verstuurd. De verzendkosten zullen waarschijnlijk drie keer anders zijn, maar het is waarschijnlijk niet verstandig om dit aan de klant door te berekenen, omdat die dan het gevoel krijgt te worden afgezet. En zelf als je dat zou willen, dan nog is het lastig te automatiseren.

**Leveranciersfouten** – Heb je ooit de schuld gekregen voor iets wat je niet hebt gedaan, maar je moest toch te verantwoordelijkheid nemen?

Zelfs de beste leveranciers maken wel eens fouten – en jij moet je daar vervolgens voor verantwoorden. En matige en slechte leveranciers leveren enorm veel hoofdpijn op, met ontbrekende spullen, slechte leveringen en slechte verpakking, wat ten koste kan gaan van jouw reputatie.

## Is het de moeite waard?

Ik gaf al aan dat dropshipping geen perfecte en relaxte manier is om een succesvol bedrijf te starten. Het model heeft zeker voordelen, maar ook een aantal ingebouwde problemen waar je een antwoord op moet vinden.

In de volgende hoofdstukken kijken we eerst naar deze problemen – en hoe je ze het beste kan oplossen. Het goede bericht is dat de meeste problemen met een beetje nadenken en plannen opgelost kunnen worden en je zeker niet hoeven te weerhouden een succesvol dropshipping bedrijf op te zetten.

## Hoofdstuk 2

### Voorraadketen en Leveringsproces

Voorraadketen is een duur woord voor de weg die een product aflegt van eerste idee, via de fabrikant, tot aan de klant. De puristen onder ons zouden zelf zeggen dat de voorraadketen begint wanneer het ruwe materiaal uit de mijn rolt of van de boom valt.

Voor dit boek hoef ik niet zo gedetailleerd te zijn. Je moet alleen wel begrijpen dat er drie belangrijke spelers zijn in dit verhaal: fabrikanten, groothandels en retailers.

**Fabrikanten** – Fabrikanten maken het product en verkopen het in de meeste gevallen niet direct aan consumenten, maar in grote hoeveelheden aan groothandels.

Het direct bij de fabrikant kopen is de goedkoopste manier om producten te kopen, maar in de meeste gevallen is er sprake van een minimum afname. Daarna moet je de producten op voorraad houden en naar je klanten versturen. Daarom is het vaak makkelijker om bij een groothandel te kopen.

**Groothandels** – Groothandels kopen producten in het groot in bij fabrikanten en proberen ze dan aan de detailhandel door te verkopen, die ze daarna aan de consument verkoopt. Als er al sprake is van een minimum afname, dan is die meestal veel lager dan bij een fabrikant.

Vaak hebben groothandels de producten op voorraad van tientallen – soms honderden – fabrikanten en opereren ze in een bepaalde sector of

niche markt. De meesten opereren uitsluitend als groothandel en verkopen alleen aan retailers en niet direct aan consumenten.

**Retailers** – Een retailer (detailhandelaar) is iemand die zijn producten direct aan consumenten verkoopt. Als je een bedrijf hebt dat bestellingen via dropshipping levert, dan ben je dus een retailer.

## Dropshipping is een dienst, geen rol

Het zal je zijn opgevallen dat “dropshipper” niet in de voorraadketen wordt genoemd. Waarom? Omdat fabrikanten, groothandels en retailers allemaal als dropshipper kunnen fungeren.

Als een fabrikant bereid is producten direct naar consumenten te versturen, dan geldt dat als dropshipping, namens jou. Ook een retailer kan die dienst leveren, hoewel de gehanteerde prijzen minder scherp zullen zijn dan bij een groothandel, om en retailer niet bij een fabrikant inkoopt.

Als iemand beweert een dropshipper te zijn, dan hoeft dat niet altijd te betekenen dat je groothandelprijzen betaalt. Het betekent alleen dat het bedrijf in kwestie de bestelde producten namens jou verstuurt. Om te beste prijzen te krijgen, moet je ervoor zorgen dat je direct zaken doet met een legitieme fabrikant of groothandel, een onderwerp waar ik in het volgende hoofdstuk dieper op inga.

## Dropshipping in de Praktijk: Het Bestelproces

Nu je weet welke spelers er allemaal meedoen, is het tijd om te kijken naar het dropshipping proces. Ter illustratie gebruik ik een bestelling bij

een theoretische webwinkel, de **Telefoonwinkel**, een online verkoper gespecialiseerd in smartphone accessoires. De Telefoonwinkel dropshipt al zijn producten direct vanuit een groothandel die we, creatief als ik ben, de Groothandel noemen.

Een voorbeeld van hoe het gehele bestelproces er uit zou kunnen zien:

### Stap 1 – Klant Plaatst Bestelling bij de Telefoonwinkel

Meneer Jansen heeft een nieuw hoesje nodig voor zijn nieuwe smartphone en hij bestelt het hoesje via de webwinkel van de Telefoonwinkel. Nadat de bestelling is goedgekeurd, vinden er een paar dingen plaats:

- De Telefoonwinkel en Meneer Jansen ontvangen een bevestiging per e-mail (waarschijnlijk identiek) van de nieuwe bestelling, die automatisch door de software van de webwinkel worden verstuurd.
- Meneer Jansen doet zijn betaling online en het geld komt direct op de rekening van de Telefoonwinkel terecht.

### Stap 2 – De Telefoonwinkel Plaatst de Bestelling bij de Leverancier

Deze stap bestaat vaak uit niets meer dan een e-mail van de Telefoonwinkel met de bestelling, verstuurd naar de verkoopafdeling van de Groothandel. De Groothandel heeft de credit card gegevens van de Telefoonwinkel en brengt alle kosten van de bestelling in rekening, inclusief verzendkosten en afhandelingskosten.

*NB: Sommige geavanceerde dropshippers ondersteunen het automatisch XML (een veel gebruikt format voor voorraadbestanden) uploaden van bestellingen of bieden de mogelijkheid bestellingen online te plaatsen, maar e-mail is de meest gebruikte manier om bestellingen te plaatsen bij dropshippers, omdat het universeel is en makkelijk te gebruiken.*

### Stap 3 – De Groothandel Verstuurde de Bestelling

Ervan uitgaande dat het product op voorraad is en de Groothandel erin slaagt de kosten via de credit card van de Telefoonwinkel in rekening te brengen, zal de Groothandel het product meteen inpakken en naar de klant versturen. Hoewel het product door de Groothandel wordt verstuurd, staan de adresgegevens van de Telefoonwinkel op het retourlabel en staat het logo van de Telefoonwinkel op de nota en pakbon. De Groothandel stuurt de Telefoonwinkel daarna per e-mail een nota en tracking nummer.

*NB: De verzendtijd bij dit soort bestellingen is vaak korter dan je zou denken. De meeste goede leveranciers zijn in staat om een bestelling binnen een paar uur te verzenden, wat jouw als verkoper in staat stelt je klanten te beloven dat bestellingen nog dezelfde dag op de post gaan, ook al hebben we het hier over dropshipping.*

### Stap 4 – De Telefoonwinkel Laat de Klant Weten dat de Bestelling Onderweg Is

De Telefoonwinkel stuurt het tracking nummer na ontvangst door naar de klant, vaak door middel van een e-mail interface die onderdeel uitmaakt van de webwinkel interface. Na de bestelling, betaling en verzending is bestelproces compleet. De winst (of het verlies) van de Telefoonwinkel is

het verschil tussen wat er aan Meneer Jansen in rekening is gebracht en wat er aan de Groothandel is betaald.

## Dropshippers Zijn Onzichtbaar

Ondanks de cruciale rol in het bestelproces, is een dropshipper voor klanten totaal onzichtbaar. Bij ontvangst van het pakket staan het logo en de adresgegevens van de Telefoonwinkel op de zending. Als Meneer Jansen het verkeerde hoesje ontvangt, dan neemt hij contact op met de Telefoonwinkel, die vervolgens achter de schermen samen met de Groothandel het probleem gaat oplossen.

Voor de eindklant bestaat dropshipper de Groothandel niet. De Groothandel is alleen verantwoordelijk voor het op voorraad houden en verzenden van producten. De rest – marketing, website ontwikkeling, klantenservice – is de verantwoordelijkheid van de verkoper.



## Hoofdstuk 3

### Het Vinden Van en Werken Met Leveranciers

Voor je op zoek gaat naar leveranciers, is het belangrijk om een onderscheid te maken tussen legitieme groothandelaren en retailbedrijven die zich als groothandel voordoen. Een echte groothandel koopt direct bij de fabrikant in en kan dus ook aanzienlijk gunstigere prijzen bieden.

#### Hoe Bepaal Je Wie Nep Is?

Afhankelijk van waar je zoekt, is de kans groot dat je een aantal nepgroothandels tegenkomt. Helaas zijn traditionele groothandels slecht in marketing en daarom moeilijker te vinden, met als gevolg dat er veel zogenaamde groothandels bestaan – meestal niet meer dan tussenhandelaren – dus het is zaak om goed op te letten.

Met de volgende aanpak kan je vaststellen of je met een echte groothandel te maken hebt:

**Maandelijks Kosten** – Echte groothandels brengen geen periodieke kosten in rekening om zaken met hen te kunnen doen. Als een leverancier vraagt om een maandelijks lidmaatschap of andere terugkerende kosten, dan is hij waarschijnlijk niet legitiem.

Het is belangrijk een onderscheid te maken tussen groothandels en groothandel directories. Groothandel directories (die zo aan bod komen) zijn samenwerkende groothandels die zijn georganiseerd op basis van producttype or markt en die worden gescreend om zeker te zijn dat ze legitiem zijn.

**Ze Verkopen aan Consumenten** – Om echt te profiteren van groothandelsprijzen moet je eerst een account aanvragen, bewijzen dat je een legitiem bedrijf bent en worden goedgekeurd voordat je je eerste bestelling mag plaatsen. Iedere groothandel die zijn producten aan het grote publiek verkoopt voor “groothandelsprijzen” is niets meer dan een retailer die de producten tegen opgeklopte prijzen verkoopt.

Met dat in gedachten zijn er een paar legitieme kosten die bij dropshipping en groothandels komen kijken:

**Kosten Per Bestelling** – Veel dropshippers brengen een bedrag per bestelling in rekening, dat kan variëren van € 2 tot € 5, of nog meer, afhankelijk van de omvang en complexiteit van de bestelde producten. Dit is normaal in die sector, omdat de kosten voor het verpakken en verzenden van individuele bestellingen hoger zijn dan die van grote bestellingen.

**Minimum Bestelling** – Sommige groothandels hanteren een minimum eerste bestelling, wat het laagste aantal is dat je bij je eerste bestelling moet aankopen. Ze doen dat om 'kijkers' te ontmoedigen, die alleen maar hun tijd verdoen met veel vragen en kleine bestellingen, waar dus geen handel in zit.

Als je wilt gaan dropshippen, dan kan dit voor problemen zorgen. Wat doe jij bijvoorbeeld als de minimale bestelling € 500 moet zijn, maar je gemiddelde bestelling is maar € 100? Je wilt niet voor € 500 vooruitbestellen, alleen maar om zaken met een groothandel te mogen doen.

In dit geval kan je het beste proberen de groothandel € 500 vooruit te betalen, om zo een krediet op te bouwen voor je eerste bestellingen. Op die manier voldoe jij aan de minimum voorwaarde (omdat je toezegt tenminste voor € 500 af te nemen), zonder dat je meteen een grote bestelling hoeft te plaatsen waar je nog geen klanten voor hebt.

## Het Vinden Van Groothandels

Je bent nu instaat om een nepgroothandel van een echte te onderscheiden, dus je zoektocht kan beginnen. Er zijn een aantal strategieën die je kunt gebruiken, sommigen succesvoller dan anderen. De methodes die ik hieronder bespreek zijn gerangschikt op basis van effectiviteit en voorkeur, met onze favorieten voorop:

## Neem Contact Op Met de Fabrikant

Dit is onze favoriete manier om gemakkelijk legitieme groothandels op te sporen. Als je weet welk(e) product(en) je wilt verkopen, bel dan de fabrikant en vraag om een lijst van distributeurs. Je kan daarna contact opnemen met die distributeurs om te zien of ze aan dropshipping doen en of je een account kan aanmaken.

Omdat de meeste groothandels producten voeren van verschillende fabrikanten, is deze aanpak een goede manier om snel een aantal producten te vinden in de niche markt die jij voor ogen hebt. Na een paar telefoongesprekken met de belangrijkste fabrikanten in die niche markt, zul je er snel achter komen wie de belangrijkste groothandel in die markt zijn.

## Zoek Via Google

Hoewel deze aanpak redelijk voor de hand ligt, zijn er een paar regels die je in gedachten moet houden:

- 1. Je Moet Uitgebreid Zoeken** – Groothandels zijn slecht in marketing en promotie, en je zult e zeker niet vinden als je zoekt op "groothandels voor product X". Dat betekent dat je waarschijnlijk een heleboel zoekresultaten – misschien honderden – moet bekijken voor je de website van de groothandel vindt, op nummer 65.
- 2. Ga Niet Af Op de Website** – Groothandels hebben vaak slecht ontworpen websites die in de 2005 modern waren. En hoewel een goed uitziende site kan betekenen dat je met een goede groothandel te maken hebt, zijn er veel groothandels die belabberde websites hebben. Laat je daardoor niet afschrikken.
- 3. Gebruik Veel Trefwoorden** – groothandels doen niet aan zoekmachinemarketing om ervoor te zorgen dat je hun website vindt, dus je kunt het beste verschillende combinaties gebruiken, en bijvoorbeeld woorden als "distributeur", "groothandel", "bulk", "magazijn" en "leverancier".

## Bestel Bij de Concurrentie

Als het lastig is een leverancier te vinden, kan je een oude truc gebruiken en bij een concurrent een bestelling plaatsen. Het werkt als volgt: Zoek een concurrent van wie je vermoedt dat hij aan dropshipping doet en plaats een kleine bestelling. Als je het pakketje ontvangt, zoek het

retouradres dan op via Google om erachter te komen wie het pakketje heeft verstuurd. In sommige gevallen is dat de leverancier, waar je vervolgens contact mee op kunt nemen.

## Bezoek een Beurs

Op een beurs kun je in contact komen met alle belangrijke fabrikanten en groothandels in een niche markt. Het is een perfecte manier om kennis te maken en om je producten en leveranciers op één plek te bekijken. Dit werkt alleen als je al een markt en/of product hebt gekozen, dus het is niet voor iedereen. Maar als je tijd en geld hebt om een beurs bij te wonen, dan is het een perfecte manier om kennis te maken met de fabrikanten en leveranciers in je markt.

## Directories

Eén van de meest voorkomende vragen van aankomende e-commerce ondernemers is: *moet ik geld uitgeven aan een groothandel directory?*

Een groothandel directory is een database van groothandel die per markt, niche markt of product zijn geordend. Veel directories gebruiken een screening proces om zeker te weten dat de groothandels echt zijn. De meesten worden gerund door profit-bedrijven die kosten berekenen voor toegang tot hun directory.

Hoewel dit soort directories nuttig kan zijn, met name tijdens het brainstormen, heb je hen zeker niet nodig. Als je al weet wat je niche markt of product wordt, dan moet het mogelijk zijn om zelf een goede groothandel te vinden op de manieren die ik hierboven heb besproken. Bovendien is de kans klein dat je het directory daarna ooit nog nodig hebt, tenzij je op zoek bent naar een groothandel voor andere

producten.

Dat neemt niet weg dat directories een handige manier zijn om snel een groot aantal leveranciers op één plek te vinden, en ze zijn daarnaast heel nuttig bij het brainstormen over welk product je wilt verkopen en in welke markt. Als je weinig tijd hebt en bereid bent het geld uit te geven, dan kunnen ze een nuttige tool zijn.

Er bestaan verschillende directories en het is onmogelijk om ze allemaal hier te bespreken. Daarom noem ik de meeste bekende online directories:

## Worldwide Brands

### Samenvatting:

- Gestart in 1999
- Aantal leveranciers en producten: duizenden/miljoenen
- Kosten: \$299 voor een levenslang lidmaatschap

Worldwide Brands is één van de oudste en bekendste online directories. Het bedrijf beweert alleen leveranciers in de directory op te nemen die voldoen aan een aantal richtlijnen, om legitimiteit en kwaliteit te waarborgen. Wie lid wordt krijgt ook toegang tot dropshipping cursusmateriaal, maar dat is niet de hoofdactiviteit. Het bedrijf heeft ook een marktonderzoeksinstrument dat potentiële markten beoordeelt en de procentuele kans van slagen uitrekent.

Ik heb deze directory in het verleden gebruikt om legitieme leveranciers te zoeken maar voornamelijk om te brainstormen – en ik vond het nuttig.

## SaleHoo

### Samenvatting:

- Gestart in 2005
- Aantal leveranciers en producten: 8000/NVT
- Kosten: \$67 per jaar

De directory van SaleHoo bevat meer dan 800 groothandels en dropshippers, en lijkt met name gericht op verkopers op eBay, Amazon en andere sites van derden. Lidmaatschap geeft toegang tot eBay-gerichte verkooptraining, een gebruikersforum en marktonderzoek software om u te helpen bepalen welke producten het best verkopen.

Met \$67 per jaar is SaleHoo één van de meest aantrekkelijke directories, mede namens het 60 dagen niet goed-geld terug beleid. Als je het geen probleem vindt \$67 per jaar te betalen, of maar tijdelijk een directory nodig hebt, dan kan SaleHoo interessant zijn.

## DOBA

### Samenvatting:

- Gestart in 2002
- Aantal leveranciers en producten: 165/1,4 miljoen
- Kosten: \$60 per maand

DOBA biedt niet alleen een lijst van leveranciers, maar is geïntegreerd met dropshippers, en je kunt centraal bestellingen plaatsen bij verschillende leveranciers. Bij lidmaatschap krijg je ook een Push-to-Marketplace tool, die het plaatsen van producten op eBay automatiseert,



en ook toegang tot een grote hoeveelheid trainingsmateriaal.

DOBA biedt meer gemak dan de andere directories, wat volgens ons ook de reden is dat de kosten in verhouding hoger zijn. Als je prijs stelt op gemak en de producten kunt vinden die je zoekt, dan kan DOBA het geld waard zijn.

## WholesaleCentral.com

Samenvatting:

- Gestart in 1996
- Aantal leveranciers en producten: 1400/740.000
- Kosten: gratis

In tegenstelling tot veel andere directories brengt WholesaleCentral geen kosten in rekening aan mensen die op zoek zijn naar leveranciers, maar betalen aangesloten leveranciers een bedrag om in de lijst te worden opgenomen en advertenties op de site te plaatsen.

Het is natuurlijk lastig om niet blij te zijn met iets wat niks kost, en het kan geen kwaad eens te zien wat WholesaleCentral te bieden heeft, maar let wel goed op. Een aantal van de leveranciers die ik vond leken meer op retailers die – tegen “groothandelsprijzen” - aan consumenten verkochten – niet iets wat een echte groothandel zou doen. En hoewel ik ervan overtuigd ben dat er echte groothandel tussen zitten, raden we ik toch aan je ogen goed open te houden.

## Andere Directories

Nog een korte lijst van andere directories die een bezoekje waard zijn:

- Dropship Design
- DropShippers.com
- Wholesale2b
- Shopster
- Inventory Source
- Sunrise Wholesale Merchandise
- Product Sourcing
- Megagoods
- GoGo Dropship

Nogmaals. De bovenstaande directories zijn vaak voor 60-70% Amerikaans. Maar voor inspiratie zijn het wel waardevolle directories.

### WebwinkelSucces - Dropshippinglijst

Ook WebwinkelSucces.nl heeft een dropshippinglijst. Deze kan je gratis downloaden wanneer je je inschrijft voor de nieuwsbrief. De lijst bevat veel Nederlandse dropshippers. Je vindt onder andere:

- Axihandel
- Dropshipspecialist
- DSMagazijn
- EDC
- LEEA
- Mijn Erotiekwinkel
- Nedis
- Wave
- Webwinkeldropshipping

- Elka Pieterman
- Qwerty

Let op: In Nederland bestaan ondertussen al vele kopieën van deze gratis lijst. Vaak worden ze tegen betaling aangeboden.

## Voordat Je Contact Opneemt Met Leveranciers

Goed, ik hoop dat je tegen deze tijd een aantal betrouwbare leveranciers hebt gevonden en verder kunt – fantastisch! Maar voor je ze allemaal gaat bellen, moet je eerst alle zaken goed op een rijtje hebben.

**Je Moet een Echt Bedrijf Zijn** – Zoals ik al eerder schreef, vragen veel legitieme groothandels om bewijs dat je echt een bedrijf bent voordat je een account kunt aanvragen. De meeste groothandels geven hun prijzen alleen aan geaccepteerde klanten, dus zorg ervoor dat je alles hebt geregeld voordat je toegang krijgt tot de informatie die je nodig hebt.

In het kort? Start je bedrijf voordat je contact opneemt met leveranciers. Als je alleen maar een paar simpele vragen wilt stellen (“Doet u aan dropshipping?”, “Verkoopt u merk?”), dan hoeft je geen documentatie te verstrekken. Maar ga niet van start zonder alles eerst goed te regelen. Ik bespreek het opzetten van een bedrijf verder in Hoofdstuk 5.

**Weet Hoe Je Overkomt** – Groothandels worden voortdurend plat gebeld door mensen met een “geweldig business plan”, die alleen maar vragen stellen, veel tijd in beslag nemen en nooit iets bestellen. Dus als je een nieuw bedrijf begint, hoe er dan rekening mee dat groothandels zich niet uit hun naad lopen om jou te helpen.

De meesten hebben er geen probleem mee om een account voor je te regelen, als ze dat kunnen. Maar vraag niet om korting en hou hun

verkopers niet uren van hun werk af zonder dat je wat bestelt. Het is slecht voor je reputatie en kan slecht zijn voor je relatie met je leverancier.

Als je speciale verzoeken hebt (bijvoorbeeld een leverancier ervan overtuigen om aan dropshipping te doen terwijl hij dat nog niet doet), dan moet je geloofwaardigheid opbouwen. Wees duidelijk over je business plan ("Onze site gaat op 20 januari live"), in plaats van met vage verhalen te komen ("Ik zit er aan te denken om ergens in de toekomst een bedrijf op te zetten"). En zorg ervoor dat je commerciële successen uit het verleden noemt – met name als het gaat om sales en marketing – die je kunnen helpen in je nieuwe onderneming.

Je moet leveranciers ervan overtuigen dat het ongemak van jouw verzoek(en) hen op termijn winst gaat opleveren en enorm veel handel gaat brengen.

**Wees Niet Bang Voor de Telefoon** – Eén van de meest voorkomende dingen waar mensen bang voor zijn als het om leveranciers gaat is gewoon de telefoon oppakken en bellen. Het idee alleen al kan verlamrend werken. Maar hoewel het mogelijk is om voor sommige dingen een e-mail te sturen, moet je soms toch echt de telefoon oppakken om de informatie te krijgen die je hebben wilt.

Het goede bericht is dat het niet zo eng is als je misschien denkt. Leveranciers zijn eraan gewend door mensen te worden gebeld, ook door startende ondernemers. De kans is groot dat je een vriendelijk persoon aan de lijn krijgt die al je vragen met veel plezier beantwoordt. Wat je kunt doen is van tevoren al je vragen opschrijven. Je zult versteld staan hoeveel makkelijker je telefoongesprekken worden als je een lijst met vragen voor je hebt liggen.

## Hoe Vind Je Goede Leveranciers?

Zoals met de meeste dingen in het leven, zijn niet alle leveranciers even goed. In de dropshipping wereld – waar de leverancier een cruciale schakel is in het proces – is het nog belangrijker om met de beste bedrijven te werken.

Veel goede leveranciers hebben vaak de volgende kenmerken:

**Kundige Mensen en een Heldere Focus** – De beste leveranciers hebben deskundige verkoopmensen die goed thuis zijn in hun sector en producten. Het kunnen bellen van een medewerker met vragen is van onschatbare waarde, met name als je een bedrijf opzet in een markt waar je niet echt in thuis bent.

**Behulpzame Klantenservice** – Een goede leverancier zal je koppelen aan je eigen verkoopmedewerker, die je vragen beantwoordt en problemen helpt oplossen. Wij hebben in het verleden te maken gehad met leveranciers die dat niet deden, en wij vonden het maar niets. Het duurt veel langer om problemen op te lossen, en meestal moest ik mensen aan hun kop zeuren om problemen op te lossen.

Het hebben van één contactpersoon die je met alles kan helpen is dus belangrijk.

**Investerings in Technologie** – Hoewel er genoeg leveranciers zijn met achterhaalde websites, is een leverancier die de voordelen snapt van technologie – en er daarom ook serieus in investeert – meestal een genot om mee te werken. Onderdelen zoals een real-time voorraadoverzicht, een uitgebreide online catalogus, data feed die je kunt aanpassen en een online bestellingsoverzicht zijn van grote waarde voor webwinkels en kunnen je helpen je handel te stroomlijnen.

**Neemt Bestellingen aan via e-mail** – dit lijkt misschien niet zo belangrijk, maar als je elke bestelling moet doorbellen of handmatig via de website moet invoeren, dan kost dat heel veel tijd.

**Centrale Locatie** – Als je in Nederland je webwinkel start zorg dan dat je leverancier uit Nederland, Duitsland of België komt. Vanuit deze landen is het mogelijk om binnen 1 dag te leveren. Frankrijk, Oostenrijk, Groot-Brittannië en Denemarken doen er 2 tot 3 dagen over.

**Goed georganiseerd en efficiënt** – Sommige leveranciers hebben deskundig personeel en geweldige systemen, waardoor bestellingen efficiënt en meestal foutloos worden afgehandeld. Bij anderen gaat het bij één op de vier bestellingen fout, wat nogal frustrerend is. Het is echter lastig om op voorhand te weten hoe een de leverancier is.

Hoewel het je niet alles over een leverancier vertelt, krijg je een redelijk beeld van een leverancier door er een paar kleine bestellingen te plaatsen. Het geeft een indruk van:

1. Hoe ze het bestelproces afhandelen
2. Hoe snel de producten worden verzonden
3. Hoe snel ze zijn met het versturen van tracking informatie en nota's
4. Hoe goed de verpakking is die ze gebruiken

## **Betaalopties**

De meeste leveranciers accepteren deze betaalmethodes:

## Vooraf

Als je begint, zullen de meeste leveranciers vragen om vooraf te betalen. Na verloop van tijd mag je vaak achteraf gaan betalen. Soms hoeft je alleen de eerste bestelling vooraf te betalen en bij anderen blijf je vooraf betalen tot je een bedrag bereikt hebt.

## Achteraf

De andere veel gebruikte betaalmethode is achter betalen. Dit houdt in dat je de rekening binnen een X aantal dagen moet betalen. Vaak geldt een betaaltermijn van 30 dagen.

In veel gevallen vragen leveranciers bij achteraf betalen om referenties, omdat ze je in feite een lening geven. Dit is een normaal verschijnsel, dus schrik er niet van als je eerst documentatie moet overhandigen.

## Credit Card

Buitenlandse leveranciers zullen vaker vragen om je credit card gegevens. Als je bedrijf eenmaal goed loopt, dan is betalen per credit card vaak de beste optie. Het is niet alleen handig (je hoeft niet iedere keer zelf betalingen te verrichten), maar ze geven vaak ook bonuspunten/airmiles. Omdat je een product koopt voor een klant die zelf al betaald heeft, kun je een groot aantal betalingen per credit card doen zonder dat het je zelf iets kost.

# Hoofdstuk 4

## Producten selecteren

De belangrijkste drempel voor de meeste nieuwe dropshipping ondernemers is het kiezen van een markt en producten. Dat is begrijpelijk – het is waarschijnlijk de belangrijkste beslissing die je moet maken met gevolgen op de lange termijn voor het succes van je bedrijf.

Veel mensen maken de fout een product te kiezen waar ze zelf van houden. Die aanpak is acceptabel als interesse voor je product het belangrijkste doel is, maar het is niet altijd de weg naar succes. Als je hoofddoel is om een winstgevend bedrijf op te zetten, dan kan het beter zijn om je persoonlijke voorkeur aan de kant te zetten, of er in ieder geval voor zorgen dat het voldoet aan de criteria die ik hieronder bespreek.

## Online Verkopen met Succes

Om een succesvol e-commerce bedrijf op te zetten, moet je één van de volgende dingen doen:

**Maak Je Eigen Product** – Jij controleert de distributie en bent de enige bron van het product. Daardoor is er minder concurrentie en kun je een hogere prijs berekenen. Als je je producten wilt dropshippen, dan verkoop je producten die door iemand anders worden gemaakt, dus dan is dit geen optie.



**Beding Exclusieve Prijzen of Distributie** – Als het je lukt om een exclusieve afspraak te maken voor de verkoop van een product – of exclusieve prijzen kan afspreken met de fabrikant – dan kan je online winst maken zonder je eigen product te verkopen. Dit soort afspraken worden echter niet gauw gemaakt, en meestal hebben honderden concurrenten toegang tot dezelfde producten en prijzen.

**Verkoop Tegen de Laagste Prijs** – Als je in staat bent de laagste prijzen te bieden, dan haal je waarschijnlijk veel handel weg bij je concurrenten. Het nadeel is dat je bedrijf het waarschijnlijk niet gaat redden. Als je enige doel is om lage prijzen te bieden, dan kom je terecht in een prijzenoorlog en blijft er van je winst heel weinig over. Als je probeert te concurreren met Amazon en andere online giganten, dan heb je meestal weinig kans.

**Biedt Toevoegde Waarde Buiten Je Prijzen** – Je kunt jezelf onderscheiden door waardevolle informatie te bieden over je producten. Ondernemers helpen mensen bij het oplossen van problemen, en dat geldt ook voor internetondernemers en dropshipping. De beste manier om een succesvol dropshipping bedrijf op te zetten is door advies en begeleiding te geven binnen de markt waar je actief bent.

**Voeg Waarde Toe In e-Commerce** – Voeg waarde toe. Klinkt eenvoudig, nietwaar? Nou, het is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Sommige markten en producten lenen zich hier beter toe dan anderen. Je moet zoeken naar een paar belangrijke eigenschappen die het mogelijk maken waarde toe te voegen met educatieve content, met name naar niche markten die:

**Veel Onderdelen Hebben** – hoe meer onderdelen een product nodig heeft om goed te werken, des te groter de kans dat klanten online naar antwoorden zoeken. Ga maar na: wat is ingewikkelder, het kopen van een bureaustoel of van een beveiligingssysteem met meerdere camera's, complexe bedrading en opnameapparatuur?

Hoe meer onderdelen een product nodig heeft – en hoe meer verschillend die onderdelen zijn – des te groter de kans dat je waarde kan toevoegen door klanten te adviseren welke producten geschikt zijn.

**Gecustomized Kunnen Worden/Verwarrend Zijn** – Producten die gecustomized kunnen worden en/of verwarrend zijn zijn ook perfect om toegevoegde waarde te bieden. Wie weet nou precies welke zonnepanelen het meest geschikt zijn of welke beveiligingssysteem het beste past bij zijn of haar huis? Door je klanten op dit gebied advies te geven, kun je waarde aan je producten toevoegen.

**Een Technische Installatie Nodig Hebben** – Het is makkelijk om deskundig advies te geven over producten met een ingewikkelde installatie. Bijvoorbeeld het beveiligingssysteem waar ik het zojuist over had. Stel nou dat de site ook een dikke handleiding verkocht, met daarin de belangrijkste fouten die mensen bij het zelf installeren van het systeem maken. Als je dacht dat de handleiding je tijd en ergernis zou kunnen besparen, dan is de kans groot dat je de handleiding kocht via de site, ook al kon je het elders kopen voor een paar euro minder. Handleidingen voegen veel waarde toe en kosten weinig als ze eenmaal geschreven zijn.

## Manieren Om Waarde Toe te Voegen

Je kunt in markten met complexe en verwarrende producten op een aantal manieren waarde toevoegen:

- Door uitgebreide handleidingen aan te bieden
- Door te investeren in gedetailleerde productomschrijvingen
- Door installatie-handleidingen aan te bieden

- Door uitgebreide video's te maken over hoe een product werkt
- Door een makkelijk te begrijpen systeem op te zetten dat laat zien welke onderdelen bij elkaar passen.

## Hoe Selecteer Je de Beste Klanten?

Niet alle klanten zijn gelijk. Het is vreemd hoe sommige klanten die kleine dingen kopen vinden dat ze het recht hebben om veeleisend te zijn, terwijl anderen, die veel meer kopen, bijna nooit iets vragen. Door je te richten op het juist soort klanten, vergroot je je kans op succes. Ik noem een paar interessante klantgroepen:

**Hobbyisten** – Mensen houden van hun hobby's en geven grote bedragen uit aan apparatuur, training en instrumenten. Veel enthousiaste mountainbikers hebben bijvoorbeeld fietsen die duurder zijn dan hun auto, en mensen die van vissen houden geven vaak een fortuin uit aan hun boot. Als de juiste markt weet te vinden en dit soort mensen met hun hobby kunt helpen, dan kan dat zeer winstgevend zijn.

**Bedrijven** – Zakelijke klanten letten vaak meer op de prijs, maar bestellen bijna altijd grotere hoeveelheden dan individuele klanten. Als er eenmaal een goed contact en vertrouwen is, dan kan dat leiden tot een langdurige en winstgevende relatie. Probeer als het mogelijk is producten te verkopen die zowel consumenten als bedrijven aanspreken.

**Terugkerende Klanten** – Terugkerende inkomsten zijn een prachtig iets. Als je producten verkoopt die worden weggegooid en/of vaak moeten worden nabesteld, dan ben je in staat snel te groeien en kun je een trouwe klantenkring opbouwen die regelmatig terugkomt.

## Andere Overwegingen Bij Het Kiezen Van Producten

**De Perfecte Prijs** – Denk goed na over de prijzen die je gaat berekenen in verhouding tot de service die je moet verlenen voor het verkopen. De meeste mensen hebben er geen problemen mee een product van € 200 online te bestellen zonder er eerst over te bellen. Maar wat als het om een product van € 1500 gaat dat ze niet kennen? De kans is groot dat ze dan eerst met een verkoper willen overleggen, om zeker te weten dat het product bij hen past en dat het bedrijf legitiem is.

Als je dure producten wilt gaan verkopen, zorg er dan voor dat je ook persoonlijk telefonisch advies kan geven. Zorg er ook voor dat je marges groot genoeg zijn om de kosten van de extra service te dekken. Vaak zijn prijzen tussen € 50 en € 200 perfect voor maximale inkomsten zonder alle extra service.

**Minimum Prijzen** – Sommige fabrikanten eisen van hun afnemers dat ze een minimum prijs hanteren, om prijsoorlogen te voorkomen – die met name veel bij producten voorkomen die makkelijk zijn te dropshippen – en ervoor te zorgen dat de afnemers een redelijke winst kunnen maken op de producten van die fabrikant.

Als je een markt weet te vinden waar fabrikanten een minimum prijsbeleid hanteren, dan is dat een groot voordeel, met name als je van plan bent een hoogwaardige en informatieve site te bouwen. Als alle aanbieders dezelfde prijzen hanteren, dan kun je je onderscheiden met de de kwaliteit van je website en hoef je niet bang te zijn handel kwijt te raken aan dubieuze prijsvechters.

**Marketingpotentieel** – Je moet nadenken over hoe je je producten op de markt wilt brengen voordat je bedrijf opstart, niet drie maanden later als je erachter komt dat het vinden van klanten toch wel erg lastig is. Kan

je bijvoorbeeld een aantal manieren bedenken om je winkel te promoten, bijvoorbeeld door het schrijven van artikelen of in contact komen met online groepen die gebruik maken van de producten die jij verkoopt? Als dat niet zo is, denk dan nog eens na.

**Veel Accessoires** – Een vuistregel in de retail wereld is dat de marges op lager geprijsde accessoires aanzienlijk hoger zijn dan die van dure spullen. Zo kan het zijn dat een winkel maar 5% winst maakt bij het verkopen van een nieuwe smartphone, terwijl er 100% tot 200% winst wordt gemaakt op het hoesje dat erbij wordt gekocht.

Klanten zijn prijsgevoeliger als het gaat om dure producten en maken ons minder druk om goedkopere accessoires. Om het vorige voorbeeld te gebruiken: de kans is groot dat je voor het aankopen van een nieuwe smartphone op zoek gaat naar de beste deal, maar geldt dat ook voor een hoesje dat € 20 tot € 30 kost? Waarschijnlijk niet. De kans is groot dat je het bij dezelfde winkel koopt waar je je nieuwe smartphone koopt.

Een product verkopen met veel accessoires is een perfect manier om je totale marge te vergroten.

**Weinig Veranderingen** – Ik hoop dat je inmiddels snapt dat investeren in een goede site met veel informatie de moeite waard is. Maar als de producten die je verkoopt ieder jaar veranderen, dan wordt het bijhouden van je site al snel een hele klus. Zoek producten die niet ieder jaar met een nieuw model komen, zodat je langer plezier hebt van de tijd en moeite die je in de ontwikkeling van je website hebt gestoken.

**Lastig In de Buurt te Vinden** – Als je producten verkoopt die mensen lastig in hun omgeving kunnen vinden, dan vergroot dat je kans van slagen, mits je niet te specifiek wordt. De meeste mensen kunnen een hark of sproeier makkelijk in de buurt kopen, maar waar vindt je een middeleeuws harnas of valkeniersuitrusting? Waarschijnlijk moet je die online opzoeken.

**Kleiner Is Meestal Beter** – In een wereld waar veel mensen gratis verzending normaal vinden, kan het lastiger zijn om grote, zware apparaten online te verkopen, omdat de verzendkosten aanzienlijk hoger liggen. Kleine producten zijn makkelijker goedkoop te versturen.

Het is niet makkelijk een winstgevende markt te vinden en je moet op veel dingen letten. Deze richtlijnen kunnen je helpen te bepalen welke producten geschikt zijn voor dropshipping.

## De Vraag Inschatten

Zonder vraag naar je producten heb je er niets aan als ze voldoen aan alle dingen die ik hierboven heb besproken. Als niemand in je producten is geïnteresseerd, dan wordt geld verdienen een lastige zaak. En het is veel makkelijker om aan een bestaande behoefte te voldoen dan een nieuwe te creëren.

Gelukkig is er een aantal online tools die je kunnen helpen om de vraag naar een product of markt in te schatten. De bekendste en populairste daarvan is Google Keyword Tool.

## Google Keyword Tool

De beste manier om de online vraag naar een product te meten is te meten hoeveel mensen ernaar op zoek zijn via een zoekmachine als Google. Gelukkig biedt Google iedereen inzicht in deze gegevens, via de keyword tool. Je hoeft alleen maar een trefwoord of zin in te typen en de tool vertelt je hoeveel mensen er per maand naar zoeken.

Er zijn complete trainingen geweest aan het gebruik van de keyword tool en het is onmogelijk om alles hier uit de doeken te doen. Maar als je de volgende drie tips in je achterhoofd houdt, dan kan je daar veel profijt van hebben:

**Match Type** – Je kan aangeven hoe exact de tool je zoekwoorden moet matchen in de volume rapportage. Tenzij er een goede reden is om hiervan af te wijken, kun je beste de exacte match optie kiezen. Het geeft een nauwkeuriger beeld van het zoekvolume voor een trefwoord. Kijk voor meer details naar dit artikel over match types.

**Zoeklocatie** – Let goed op het verschil tussen het zoekvolume in jouw land of regio en wereldwijde zoekvolumes. Per slot van rekening wonen je klanten waarschijnlijk niet in het buitenland.

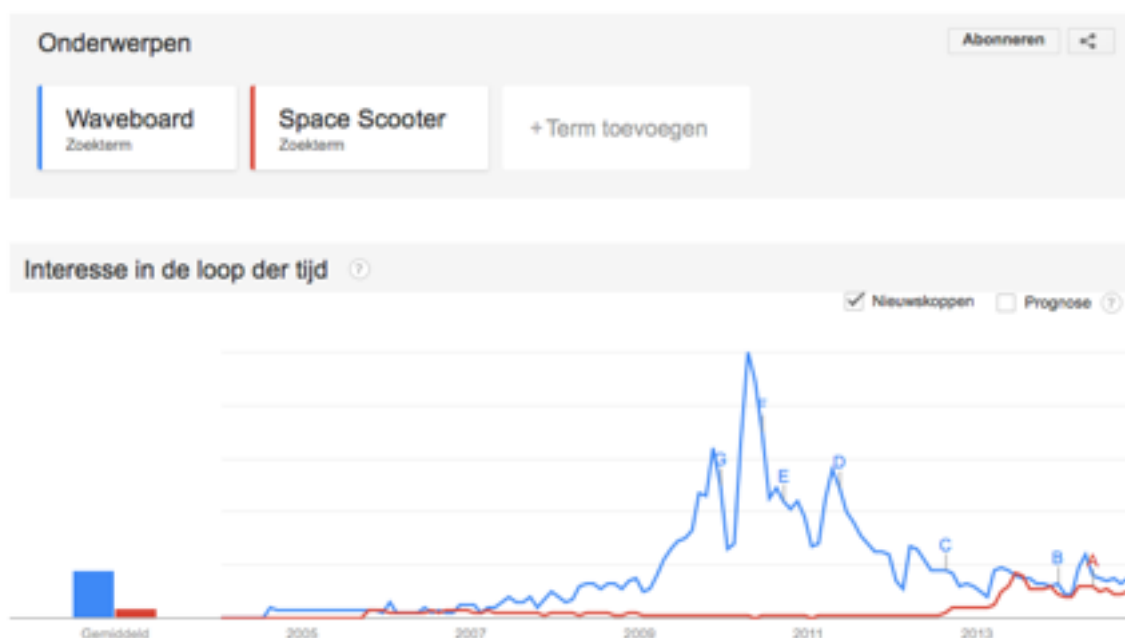
**Long-Tail Variaties** – Het is gemakkelijk om je blind te staren op één of twee woorden met een hoog zoekvolume. In werkelijkheid zijn het echter de langere zoekzinnen met minder volume die het grootste deel van het zoekvolume uitmaken. Deze staan bekend als de “long-tail” zoekopdrachten.

Hou dit in gedachten als je op zoek gaat naar potentiële markten. Als een trefwoord veel variaties heeft waar actief op wordt gezocht, dan is dat een goede indicatie dat veel verscheidenheid en interesses zijn. Als de trefwoorden en het volume dat erbij hoort echter snel dalen na een paar kernwoorden, dan is dat waarschijnlijk niet het geval.

## Google Trends

Het keyword tool is goed om een ruwe inschatting te krijgen, maar voor meer details kun je beter Google Trends gebruiken. Het geeft je informatie die je niet via de keyword tool krijgt, zoals:

**Zoekvolume Over de Tijd** – Je wilt het liefste producten verkopen in een sector die aan het groeien is en Trends kan je laten zien of dat het geval is. Als je trefwoorden intypt, zie je hoe het zoekvolume zich over de tijd heeft ontwikkeld. Hieronder zie je een grafiek voor het trefwoord “Waveboard”. Zoals je ziet is het volume in te afgelopen jaren sterk gestegen om daarna weer te dalen:



Het nieuwe speelgoed, de “Space Scooter”, stijgt wel. Zou dat the Next nig Thing worden?

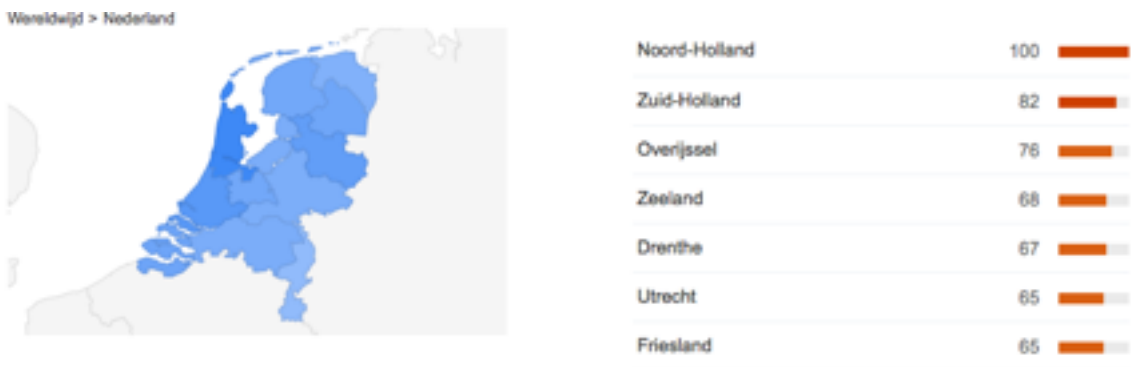
**Meest Gebruikte en Opkomende Termen** – Je krijgt ook een momentopname van de populairste gerelateerde zoekwoorden, en van welke zoekwoorden het meest in de lift zitten. Het richten op deze zoekwoorden kan je helpen bij het plannen van je (zoekmachine) marketing. Volgens de grafieken hieronder, lijkt het erop dat



zoekwoorden die gerelateerd zijn aan Intertoys, Martkplaats en Roze de grootste groei laten zien in de Space Scooter markt. De informatie die je te zien krijgt als je zoekt op "Space Scooter":



**Geografische Concentratie** – Nog een nuttige eigenschap is de mogelijkheid om te zien waar mensen die bepaalde zoekwoorden gebruiken wonen, zodat je kan achterhalen waar de meeste klanten voor jouw producten zich bevinden. Als je bijvoorbeeld roeiboten verkoopt, dan komen je klanten waarschijnlijk uit waterrijke gebieden. Dit kan je daarnaast ook helpen bij het kiezen van een leverancier in regio waar je meeste klanten zich bevinden:



**Seizoensinvloeden** – Het is erg belangrijk om te weten of de vraag naar jouw producten seizoensgebonden is, wat wil zeggen dat de vraag in één seizoen groter is dan in andere seizoenen. Omdat Google Trend de informatie per maand rangschikt, kun je goed zien of dat het geval is.

Om terug te komen op mijn eerdere voorbeeld, kan je in de onderstaande grafiek zien dat de vraag naar roeiboten in de zomer piekt. Als je de vraag in de zomer gebruikt als uitgangspunt voor het hele jaar, dan overschat je de vraag naar jouw product:



Welk product je ook besluit te verkopen, het is van essentieel belang eerst goed uit te zoeken hoe de vraag zich ontwikkelt. Met Google Trends heb je inzicht in zoekvolumes, geografische concentratie, zoekrends en seizoensinvloeden, zodat je kostbare vergissingen kunt vermijden en je marketing kan optimaliseren.

## Een Inschatting Maken Van Je Concurrentie

Het kan lastig zijn om een goede inschatting te maken van je concurrentie. Als er teveel concurrentie is, dan is het lastig om verkeer te genereren om met gevestigde spelers te concurreren. Als er te weinig concurrentie is, dan kan de markt te klein zijn en de kans op groei gering.

Sommige dropshipping bedrijven gebruiken betaalde advertenties, maar de meesten vertrouwen op vrij verkeer via de zoekmachines bij het bouwen van een winstgevend business model. Met dat in het achterhoofd kun je de concurrentie het beste meten door op Google de organische (dus niet de betaalde) resultaten te bekijken van een bepaalde zoekterm. Om voldoende verkeer te genereren moet je succesvol kunnen concurreren met de resultaten op de eerste pagina van Google.

Ik kan het onderwerp zoekmachine markering in dit artikel niet uitgebreid genoeg behandelen. Maar bij het beoordelen van de concurrentie kunnen de onderstaande metingen je snel een beeld geven van je concurrenten – en hoe moeilijk het zal zijn om voldoende verkeer te genereren om succesvol te concurreren.

## Aantal Linking Domains

Het ranking algoritme van Google leunt zwaar op links. Als sites voor het overige gelijk zijn, dan telt de ranking het zwaarst in hoe hoog je in de zoekmachine staat. Als je weet hoeveel links er naar jouw site zijn, dan kan je inschatten hoeveel werk je nog moet doen (voor wat betreft het verkrijgen van links naar je site) om het beter te doen dan je concurrenten.

Er zijn tientallen verschillende indicatoren die vaak worden gebruikt, maar er is er één die met name nuttig als je de ranking van een site wilt beoordelen: het aantal unieke domeinen die naar die site verwijst. Het wordt vaak "linking root domains" genoemd, of "unieke linking domains", en betreft het aantal unieke domeinen (d.w.z. onafhankelijke bronnen) die naar een site verwijzen, waarbij elk domein maar één keer wordt geteld.

Om dit idee beter te begrijpen is het handig om links te zien als persoonlijke aanbevelingen. Als je beste vriend naar je toe komt en een bepaald restaurant aanbeveelt, dan onthou je dat misschien. En als hij er een week lang elke dag over doorgaat (in totaal zeven aanbevelingen) dan is de kans groter dat je er gaat eten. Maar zelfs zijn aanhoudend enthousiasme zal minder sterk zijn dan wanneer zeven verschillende mensen hetzelfde restaurant aanbevelen. Omdat het allemaal onafhankelijke bronnen zijn, hebben hun aanbevelingen meer gewicht. Hetzelfde geldt als we het hebben over links naar een site. Een domein kan op verschillende plaatsen naar een site verwijzen, maar het slechts één "unieke" aanbeveling, en op dit punt kan de meting "totale aantal links naar een site" een vertekend beeld geven. Het totale aantal unieke domeinen geeft een veel beter beeld van hoe moeilijk het is om in de zoekresultaten goed te scoren. Google hecht grote waarde aan het aantal unieke links, dus dat zou jij ook moeten doen.

De beste manier om dit te meten is met een tool genaamd Open Site Explorer, dat is ontwikkeld door een bedrijf genaamd SEOMoz, en een aantal waardevolle zoekmachine gegevens en informatie geeft. Om alle onderdelen te kunnen gebruiken moet je geld betalen, maar het getal waar je naar op zoek bent – "Linking Root Domains" – kan je gratis opvragen.

Als je de zoekgegevens van Google bekijkt, kijk dan vooral goed naar de linkgegevens voor de bovenste paar sites en naar nummer 10 op de

eerste pagina van Google. Dit geeft je een ruwe inschatting van hoeveel werk er nodig is, niet alleen om op nummer 1 te komen, maar zelfs om op pagina 1 van de zoekresultaten te belanden. De meeste mensen klikken alleen op sites die op de eerste pagina van Google staan, dus je moet weten hoe moeilijk het is om op die eerste pagina terecht te komen.

Ik geef je nu een paar vuistregels om het aantal unieke linking domains goed te interpreteren (het zijn ruwe vuistregels, maar ze geven een goede indicatie).

**0 tot 50 Linking Root Domains:** Waarschijnlijk aan de lage kant voor de meeste interessante markten. De meeste sites met een goed inhoud en enige gerichte marketing moeten in staat zijn om 50 linking domains per jaar te krijgen.

**50 tot 250 Linking Domains:** Dit is een realistischer bereik voor markten met een fatsoenlijke omvang. Het kan een paar jaar duren voordat je dit bereikt, maar het is te doen. Als je in dit bereik zit, dan is de kans groot dat je met succes kunt concurreren, met name als dropshipping bedrijf met een klein team.

**250+ Linking Domains:** Tenzij je een zoekmachine whizzkid bent, zul je voor deze aantallen links naar je site serieus tijd en moeite moeten investeren. Het is niet altijd funest, maar hou er rekening mee dat je concurrentie serieus is.

## Gewicht van Concurrerende Sites

Bij het bepalen van de ranking van een pagina kijkt Google niet alleen naar het aantal links naar die site, maar ook naar de kwaliteit van die

links. Dus een link van een vage blog met vijf lezers legt minder gewicht in de schaal dan een link van de Volkskrant.

De berekening die Google gebruikt om de kwaliteit van een pagina te bepalen heet PageRank. Hoewel er in zoekmachineland andere dingen ook belangrijk zijn, is het een snelle manier om te zien hoe belangrijk Google een bepaalde site vindt. Net als bij unieke links, krijg je een inschatting van hoe concurrerend de markt is, door de PageRank van de best scorende sites te bekijken.

De makkelijkste manier om een PageRank op te zoeken is met een browser extensie, zoals SearchStatus van Firefox. Je kunt het ook handmatig opzoeken, bijvoorbeeld op een site als [www.checkpagerank.net](http://www.checkpagerank.net).

Er is een snelle manier om de PageRank van een site te beoordelen:

**PageRank 1 of 2:** Een relatief laag gewicht. PageRanks in dit bereik duiden op een relatief kleine markt.

**PageRank 3 tot 4:** Een vaker voorkomend bereik bij sites die hoger scoren in concurrerende niche markten. Het is niet altijd makkelijk om dit niveau te bereiken – maar het is ook niet onmogelijk. Markten in dit bereik bieden vaak de beste kansen voor individuele dropshippers.

**PageRank 4 tot 5:** Een redelijk hoog gewicht. Om dit niveau te bereiken, heb je een groot aantal links nodig van gerespecteerde, gezaghebbende sites, naast een redelijk aantal andere links.

**PageRank 6+:** Ik hoop dat je beschikt over een fulltime marketing en zoekmachinemarketing afdeling. Want om dit niveau te bereiken, heb je die zeker nodig.

## Kwalitatieve Cijfers

Harde cijfers zoals unieke links en PageRank kunnen je vertellen hoeveel moeite er nodig is om het beter te doen dan je concurrenten, maar het is ook belangrijk goed te kijken naar een aantal kwalitatieve factoren:

**Kwaliteit en Gebruikersvriendelijkheid** – Bekijk de top sites in een markt en verplaatst jezelf in de consument. Zien ze er uitnodigend uit, of verouderd en achterhaald? Zijn ze goed georganiseerd en makkelijk te gebruiken of is zelfs het vinden van de zoekfunctie al een hele klus? Bieden ze hoogwaardige informatie en gedetailleerde productomschrijvingen of ga je scheel kijken van alle beroerde afbeeldingen?

Om kort te gaan: hoe groot is de kans dat je zelf bij die sites iets zou kopen? Als je diep onder de indruk bent van de beste sites in een markt, dan kan het lastig zijn om jezelf te onderscheiden, en kan je misschien beter voor een andere markt kiezen. Maar als er veel ruimte is voor verbetering of, zoals wij het noemen, om waarde toe te voegen, dan is dat een goed teken.

**Reputatie en Klantentrouw** – Een online bedrijf kan een solide reputatie hebben en zijn klanten al jaren uitstekend behandelen, ondanks het feit dat de site er verouderd en beroerd uitziet. Aan de andere kant is een perfect site nog geen garantie voor een goede reputatie. Het is lastig om dat aan de buitenkant te zien.

Probeer na te gaan of een bedrijf een slechte reputatie heeft. Ook op de social media kan je informatie over bedrijven tegenkomen, en in online forums en communities. Als je belangrijkste concurrenten slechte klantenservice bieden, dan is er misschien plek voor een bedrijf dat dat beter doet.

## Belangrijke Opmerking Over Zoekresultaten

Als je op Google zoekt, besef dan dat Google de resultaten personaliseert op basis je geografische locatie, je browser geschiedenis en andere factoren. Als we markt analyseren, hebben we neutrale informatie nodig om een goed beeld te krijgen van onze concurrentie. Ook als je aan klanten in het buitenland wilt verkopen, dan heb je informatie nodig over de landen waar je op richt.

Er zijn twee manieren om dit probleem op te lossen:

**Incognito Zoeken** – Als je gebruikt van Google Chrome, dan kun je 'incognito' surfen. Je persoonlijke instellingen en browser geschiedenis worden genegeerd, zodat je een eerlijk beeld krijgt van de ranking van andere sites. Ga naar 'File – New Incognito Window', of klik op het icoontje in de rechter bovenhoek, en selecteer 'New Incognito Window'.

**Nationale Resultaten Forceren** – Als je de resultaten voor een ander land wilt bekijken, dan kan je een stukje tekst aan het einde van de URL (de http:// naam) toevoegen om de gegevens voor dat land te krijgen. Als je bijvoorbeeld de gegevens voor Duitsland wilt zien, voeg dan “/ncr” aan het eind van de Duitse Google URL toe en druk op Enter (dus <http://www.google.de/ncr>), en voor het Verenigd Koninkrijk gebruik je <http://www.google.co.uk/ncr>.

## Riskante Producten om te Verkopen

Er zijn sommige producten die moeilijk online zijn te verkopen. Dat kan zijn omdat de markt al is verzadigd, omdat het tegen het eBay, Amazon of Google beleid ingaat, of omdat veel e-commerce platforms de



producten weren. Ik geef je hier een lijst van producten die als riskant worden gezien en waarbij je meer onderzoek moet doen om vast te stellen of je ze online zou moeten aanbieden:

- Adult materiaal
- Alcohol
- Dieren (ivoor, etc.)
- Artefacten
- Katalysator (verboden auto-onderdelen)
- GSM contracten
- Munten of geld
- Credit cards
- Medicijnen
- Goederen waar een embargo op rust (bijvoorbeeld vanuit Cuba naar de VS)
- Tickets voor evenementen
- Vuurwapens
- Gift cards
- Overheidsdocumenten
- Gevaarlijke, beperkt toegestane of bederfelijke producten
- Menselijke lichaamsdelen
- Producten die illegale activiteit bevorderen (een boek waarin staat hoe je een bom maakt, drugs)
- Producten waarmee je sloten kan openmaken
- Mailing lijsten
- Medische apparatuur (operatie-instrumenten)
- Pesticiden
- Politie-gerelateerde producten
- Medicijnen waar een recept voor nodig is
- Verboden diensten

- Onroerend goed
- Geretourneerde producten
- Gokkasten
- Aandelen en andere waardepapieren
- Gestolen goederen
- Bewakingsapparatuur
- Tabak
- Reizen
- Onkruid en zaden

## En Dan Nog Dit

Aankomende dropshipping ondernemers vragen vaak: *“Hoe weet ik zeker of ik de juiste niche markt heb gekozen?”* Het antwoord is, dat is niet te voorspellen. Hoewel de tips die ik je hier heb gegeven je kans van slagen zeker groter maken en je helpen een weloverwogen beslissing te maken, weet je nooit zeker of je slaagt in een markt voordat je het probeert. Ik heb een groot aantal bedrijven opgezet – soms met succes, maar zeker niet altijd – en ik heb in het begin altijd de nodige twijfel. Dat hoort nou eenmaal bij zakendoen en ondernemen. Wat ondernemers onderscheidt van mensen die alleen maar dromen is dat ze de onzekerheid voor lief nemen en hun stinkende best doen om te slagen.

Dus doe je huiswerk, onderzoek en verzamel zoveel mogelijk informatie als maar mogelijk is. Maar maak daarna de beste beslissing die je maken kan, ondanks je twijfel en aarzeling. Als je wacht tot elke onzekerheid is opgelost, dan komt je bedrijf er nooit.

## Hoofdstuk 5

### **Het Opstarten van Je Bedrijf**

Op dit punt ken je de basisbeginselen van dropshipping en kan je overwegen je eigen bedrijf op te zetten. Voordat je van start gaat, moet je eerst de volgende – zakelijke en financiële – zaken regelen. Sommige van die zaken zijn wettelijk verplicht, terwijl anderen gewoon verstandig zijn, maar je kan ze beter op voorhand regelen, zodat je er later geen kopzorgen van krijgt.

#### De Inzet Die Nodig Is

Net als bij het opzetten van elk ander bedrijf, vraag het starten van de dropshipping bedrijf aanzienlijke inzet en een lange termijn visie. Als je hoopt binnen zes weken rijk te worden, dan ben je in voor een teleurstelling. Als je realistische verwachtingen hebt over wat er gebeuren moet en over je winstverwachtingen, dan is de kans veel kleiner dat je ontmoedigd raakt en de handdoek in de ring gooit.

Als je een dropshipping bedrijf opzet, dan zal je op het gebied van één van de volgende onderdelen serieus moeten investeren: tijd of geld.

#### Het Investeren van Tijd

Ik raad je aan om vanuit het niets een nieuw bedrijf op te zetten en het met bloed, zweet en tranen op te bouwen, met name als het je eerste dropshipping bedrijf is. Ik geef er de voorkeur boven het investeren van grote geldbedragen, om een aantal redenen:

- Je leert hoe een bedrijf van binnen en van buiten werkt, wat je zal helpen als je bedrijf groeit en je leiding moet geven aan anderen.
- Je leert je markt en je klanten goed kennen, waardoor je betere beslissingen maakt.
- Je bent minder snel geneigd geld uit te geven aan stokpaardjes die niet echt van belang zijn voor je succes.
- Je ontwikkelt nieuwe vaardigheden die je tot een betere ondernemer maken.

De meeste mensen zijn niet in de gelegenheid om hun baan op te zeggen en zes maanden de tijd te nemen om een nieuwe webwinkel op te zetten. Hoewel het lastiger kan zijn, is het zeker mogelijk om een nieuwe webwinkel op te zeggen naast een baan, als je maar realistische verwachtingen hebt over de klantenservice die je kan bieden en je levertijden. Naarmate je groeit, kun je dan langzaam meer tijd besteden aan je bedrijf, zover je inkomsten en winstgevendheid dat toelaten.

Ieder bedrijf en iedere ondernemer is uniek, maar het is mogelijk om binnen 12 maanden zo'n € 1000 tot € 2000 winst per maand te maken en slechts 10 tot 15 uur aan je bedrijf te besteden.

Als je de mogelijkheid hebt om voltijds aan je bedrijf te werken, dan is dat de beste manier om je kansen op winst en succes te vergroten. Het is met name in het begin aan te raden om veel tijd aan je marketing te besteden, omdat je dan bekend moet worden. In mijn ervaring duurt het

tenminste 12 maanden fulltime, met veel aandacht voor marketing, voordat je € 35.000 winst per jaar maakt.

Het lijkt een grote inspanning voor een relatief kleine winst, maar hou twee dingen goed voor ogen:

- Als je bedrijf eenmaal goed loopt, is de kans groot dat je er veel minder tijd in hoeft te stoppen dan 40 uur per week. Veel van je inspanningen betalen zich terug in de vorm van de efficiëntie en schaalbaarheid van het dropshipping model.
- Als je een bedrijf opzet, dan gaat het om meer dan alleen de inkomsten – je bouwt ook iets dan je in de toekomst kunt verkopen. Dus neem zowel die waarde als de inkomstenstroom mee in je winstberekening.

## Het Investeren van Geld

Het is mogelijk om een succesvol dropshipping bedrijf op te zetten met een bak met geld, maar wij raden dat af. Ik heb het op beide manieren geprobeerd (het zelf doen en het voor veel geld uitbesteden) en ik ben er achter gekomen dat ik meer succes heb als ik zelf mijn handen vuil maak.

In het beginstadium is het belangrijk om iemand te hebben die er een groot belang bij heeft dat het bedrijf van de grond af met succes wordt opgebouwd. Dat ben jij dus. Als je niet weet hoe je bedrijf werkt in al zijn onderdelen, dan ben je overgeleverd aan dure programmeurs, ontwikkelaars en marketingmensen die de winst die je maakt er net snel weer doorjagen. Je hoeft niet letterlijk alles zelf te doen, maar ik raad je aan om vanaf het begin de hoofdrol op te eisen bij het runnen van je bedrijf.

Je hebt echter een kleine buffer nodig van ongeveer € 1000 om je bedrijf op te starten en aan te praat te krijgen, voor kleine uitgaven (zoals het hosten van je website en leveranciers) en om de kosten voor het opzetten van je bedrijf te voldoen (hierover straks meer).

## Kies een Bedrijfsvorm

Als je serieus bent over je bedrijf, dan moet je een legitieme bedrijfsvorm kiezen. Ik ben geen advocaat en kan je dus geen rechtskundig advies geven, maar ik kan je hier wel een paar opties geven.

**Eenmanszaak** – De is de meest eenvoudige bedrijfsvorm, maar ook één die je geen bescherming biedt tegen aansprakelijkheid. Dus als iemand je bedrijf aanklaagt, dan zijn je persoonlijke bezittingen daar ook onderdeel van. De inschrijfvoorwaarden zijn minimaal en je geeft je inkomsten gewoon op onder inkomstenbelasting.

**Besloten Vennootschap** – Deze bedrijfsvorm biedt meer wettelijke bescherming dan een eenmanszaak, omdat het bedrijf wordt gezien als een aparte wettelijke entiteit. Hoewel de bescherming niet waterdicht is, ben je beter beschermd dan in het geval van een eenmanszaak. Voor meer informatie kun je altijd terecht bij de Kamer van Koophandel.

**Naamloze Vennootschap** – Deze bedrijfsvorm biedt de hoogste wettelijke bescherming. De kosten en eisen liggen aanzienlijk hoger en is daarom niet aantrekkelijk voor een startende ondernemer.

Welke bedrijfsvorm moet je kiezen? Nogmaals, ik ben geen advocaat, en ik raad je aan advies in te winnen, bij de Kamer van Koophandel. De meeste kleine ondernemers kiezen voor de eenmanszaak of the BV. Zelf

ben ik begonnen met een eenmanszaak en daarna doorgroeid naar een BV omdat die vorm het beste evenwicht biedt tussen kosten, wettelijke bescherming en de hoeveelheid belasting ik moet betalen.

## Een BTW Nummer Aanvragen

De Belastingdienst eist dat je een BTW Nummer aanvraagt, een soort SOFI nummer voor je bedrijf. Dit nummer heb je nodig bij het omgeven van je omzetbelasting, bij het aanvragen van dropshipping accounts bij groothandels, om een zakelijke bankrekening te openen, en nog veel meer andere dingen. Je kan het BTW nummer aanvragen via de Kamer van Koophandel.

Het aanvragen van een BTW nummer is makkelijk en de kosten zijn miniem.

## Zorg Dat Je Financiën in Orde Zijn

Veel ondernemers maken de fout hun persoonlijke financiën en die van hun bedrijf door elkaar te laten lopen. Dat scheidt verwarring en maakt de boekhouding ingewikkelder, en kan voor problemen zorgen als je ooit door de Belastingdienst wordt gecontroleerd.

Dus hou ze zoveel mogelijk gescheiden. De beste manier om dit te doen is door zakelijke rekeningen te openen, bijvoorbeeld:

**Een Zakelijke Bankrekening** – Het is het beste om al je zakelijke financiën via één zakelijke bankrekening te laten lopen. Alle inkomsten moeten op die rekening terechtkomen en alle uitgaven moeten vanuit die rekening worden betaald. Je boekhouding wordt daardoor

makkelijker en overzichtelijker.

**Een PayPal Rekening** – Als je van plan bent PayPal te accepteren (wat een goed idee is, met name als je bedrijf nog niet lang genoeg bestaat om credit cards te mogen accepteren), dan is het beter een aparte account te openen, speciaal voor je bedrijf.

**Een Credit Card** – Je zal eventueel een zakelijke credit card moeten hebben voor je zakelijke uitgaven en dropshipping aankopen. Omdat je veel producten koopt van leveranciers, is de kans groot dat je veel bonuspunten en airmiles kunt verzamelen. Zowel Visa als Mastercard zijn goede opties, maar mij American Express spaar je de meeste punten.

**Een iDEAL Account** – Als je iDEAL wilt accepteren (en geloof mij, dat wil je), dan zijn er twee mogelijkheden. Je kunt er één aanvragen bij je bank, nadat je je zakelijke bankrekening hebt geopend, of je kunt terecht bij een payment provider. De payment provider is bijna altijd de beste oplossing omdat je naast iDEAL ook vele andere betaalmethodes kan aanbieden.

## Belasting Toegevoegde Waarde

Als bedrijf moet je over alles wat je verkoopt Belasting Toegevoegde Waarde (BTW) in rekening brengen. Momenteel is dat 21% voor de meeste producten. Eén keer per kwartaal moet je de BTW bij de Belastingdienst opgeven en betalen.

Voor alle andere vragen verwijs ik je door naar de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst.



## Kamer van Koophandel

Inschrijving bij de Kamer van Koophandel is verplicht. Je vraagt daar ook je BTW nummer aan. Denk van tevoren goed na over de naam van je bedrijf, en bedenk een paar alternatieven. Als een bedrijfsnaam namelijk al in gebruik is, dan kun je die naam vergeten.

Je kan het beste een wat algemene naam gebruiken als bedrijfsnaam en daarna je dropshipwebwinkels als handelsnamen toevoegen.

Zorg er ook voor dat je een korte en heldere omschrijving hebt van wat je bedrijf gaat doen. Als je de omschrijving redelijk algemeen houdt (bijvoorbeeld "internetdiensten") dan kan je in de toekomst je activiteiten makkelijk uitbreiden onder dezelfde noemer.

# Hoofdstuk 6

## Verkoopkanalen

Nadat je een product hebt uitgekozen, leveranciers hebt geregeld en je bedrijf daadwerkelijk hebt opgezet, is het tijd om te gaan verkopen. Nu moet je beslissen hoe je de producten aan de klant gaat laten zien. Er zijn verschillende opties, maar de kans is groot dat je kiest voor Marktplaats, eBay, Amazon, Bol of een eigen webshop.

### Dropshipping op Marktplaats en eBay

eBay is 's werelds grootste online veilingssite voor fysieke goederen, en bij de meeste mensen goed bekend. In Nederland gebruikenw eBay veel minder en is Marktplaats populairder. e kunt om de volgende redenen besluiten om te gaan dropshippen via Marktplaats of eBay:

### De Voordelen van Verkopen Via Marktplaats / eBay

**Het Is Makkelijk om te Beginnen** – Bij Marktplaats / eBay kan je meteen aan de slag en je producten aanbieden. Je maakt een account aan, voegt je producten toe, en je bent weg.

**Toegang tot een Groot Klantenbestand** – Als je je spullen verkoopt via

deze sites, dan heb je toegang tot een enorm aantal terugkerende klanten. honderdduizenden mensen zien je producten en je kunt in de meeste gevallen een redelijke prijs vragen.

**Geen Eigen Marketing** – Omdat je meelift op de bekendheid van deze sites, hoef je niet na te denken over (zoekmachine) marketing of betaalde webbezoekers. Dat scheelt heel veel tijd, omdat marketing, zeker in het begin, één van de dingen is waar de meeste tijd in gaat zitten.

**Er Makkelijk Even Tussenuit** – Wil je er even tussenuit, bijvoorbeeld voor een korte vakantie, dan kan dat. Je kan op het aanbod van je producten tijdelijk stopzetten en even tijd voor jezelf nemen. Als je verkoopt via [bol.com](https://www.bol.com) of Amazon, dan wordt dat al moeilijker.

## De Nadelen van Verkopen Via Marktplaats / eBay

**De Kosten** – Het grootste nadeel van verkopen via deze sites zijn de kosten die je moet betalen. Bij Marktplaats moet je voor sommige advertentie groepen per advertentie betalen of per klik. Bij eBay hakt de zogenaamde 'success fee' – die kan oplopen tot 10% of meer van je verkoop – er stevig in. Omdat de marges in de dropshipping markt sowieso al laag zijn, zal dit zeker ten koste gaan van je winst.

**Constant Opletten en Herplaatsen** – Omdat Marktplaats en eBay een veilingssite is, moet je constant opletten en de producten opnieuw plaatsen. Er zijn tools om dit proces te automatiseren, maar het blijft ingewikkelder dan het plaatsen van een product op je eigen website.

**Je Kunt Je Verkoopplatform Niet Aanpassen** – Je bent verplicht

gebruik te maken van de templates van Marktplaats en eBay, waardoor het moeilijker is om je eigen stempel te drukken op de verkoopomgeving.

**Geen Langdurige Relatie Met Je Klanten** – De kans bestaat dat er een paar klanten zijn die terugkomen, maar de meesten zie je waarschijnlijk nooit terug. Dus al die goede dienstverlening die je biedt levert uiteindelijk heel weinig op.

**Je Bouwt Niets Op** – Als je een webwinkel opbouwt die verkeer genereert en terugkerende klanten heeft, dan bouw je een echt bedrijf op dat je later kan verkopen aan iemand anders. Als je via eBay verkoopt, dan bouw je geen merknaam of webwinkel op die je later kan verkopen.

## Dropshipping Via Bol.com of Amazon

Hoewel Bol en Amazon een groot aantal producten zelf verkopen en verzenden, worden veel van de producten in feite verkocht door derden.. Net als Marktplaats / eBay probeert ook Bol / Amazon te helpen bij de verkoop en mogelijke problemen op te lossen.

## De Voordelen van Verkopen Via Bol / Amazon

De voordelen van verkopen via Bol en Amazon zijn te vergelijken met die van Marktplaats en eBay: het is makkelijk om op te starten, je meteen toegang tot een groot aantal potentiële klanten en je hoeft niet na te denken over (zoekmachine) marketing. Daarnaast kan Amazon ook de afhandeling voor zijn rekening nemen (Fulfillment by Amazon), waardoor jij je eigen producten kan toevoegen aan je dropshipping producten

zonder te hoeven nadenken over verpakking, verzending of voorraadbeheer. Fulfilment is niet mogelijk bij Bol.

## De Nadelen van Verkopen Via Bol / Amazon

Ook hier worden er kosten in rekening gebracht. Afhankelijk van het soort product, liggen die meestal tussen 10% en 15%. Ook hier geldt dat, als je marges laag zijn, deze kosten je winst serieus kunnen verlagen.

Als je alleen via Bol, Amazon (of Marktplaats en eBay) verkoopt, dan is het moeilijker om je eigen klantenbestand op te bouwen en bouw je ook niet een bedrijf op dat je later kunt verkopen.

## Dropshipping met Je Eigen Webshop

Het alternatief voor verkopen via sites zoals Marktplaats en Bol is het opzetten van je eigen website om je producten te verkopen.

## De Voordelen van Je Eigen Webwinkel

Als je je eigen webwinkel opzet, dan kan je zelf de omgeving omzetten om je producten te verkopen en – wat nog belangrijker is – je klanten toegevoegde waarde bieden. Je bepaalt hoe je site eruit ziet en productpagina's maken die het beste passen bij jouw producten en je klanten op de beste manier over je producten vertellen.

**Meer Controle** – Als je je eigen webwinkel opzet, dan kan je zelf de omgeving omzetten om je producten te verkopen en – wat nog

belangrijker is – je klanten toegevoegde waarde bieden. Je bepaalt hoe je site eruit ziet en productpagina's maken die het beste passen bij jouw producten en je klanten op de beste manier over je producten vertellen.

**Makkelijk te Ontwerpen** – Het bouwen van een webwinkel is makkelijk, met name met een platform zoals SEOshop. Je kiest uit honderden opties een ontwerp, maakt de gewenste aanpassingen, voegt je producten toe, koppelt de betaalmethodes en je bent op weg. Afhankelijk van het soort winkel dat je voor ogen hebt, kun je binnen een dag al klaar zijn.

**Ook Voor Mobiel** – Verkopen op eBay en Amazon via mobiel kan een drama zijn. Als je ervoor kiest om via een solide e-commerce hosting provider je webwinkel te bouwen, dan ziet het er waarschijnlijk op mobiele apparaten ook goed uit. Dit wordt vandaag de dag steeds belangrijker, omdat bijna 30% van alle online aankopen mobiel worden gedaan.

Sommige platform, bijvoorbeeld SEOshop, maken het mogelijk om je gehele business te runnen vanaf je mobiele telefoon (SEOshop App), wat met name aantrekkelijk is voor mensen die veel onderweg zijn, of zelfs lekker aan het strand liggen.

**Geen Bijkomende Kosten** – Je hoeft geen 10% tot 15% aan kosten te betalen bij ieder product dat je verkoopt, wat goed is voor je verkoopmarges. Alles bij elkaar zul je met een eigen dropshipping site meer winst maken.

**Je Bouwt een Echt Bedrijf Op** – Je bouwt een bedrijf op voor de lange termijn, met een eigen uitstraling en je eigen terugkerende klanten. Nog belangrijker, je bouwt iets op wat je later wellicht kunt verkopen. Het is veel makkelijker om een bedrijf te verkopen dat zijn eigen onafhankelijke website heeft.

## De Nadelen Van een Eigen Webshop

**Minder Kosteloos Verkeer** – Met je eigen site moet je er zelf voor zorgen dat mensen je weten te vinden, via (zoekmachine) marketing en betaalde advertenties. Er komen meer kosten bij kijken – in tijd of geld – en je moet bereid zijn om op de lange termijn te investeren om je bedrijf te promoten.

**Het Is Ingewikkelder** – Op Marktplaats en Bol hoef je niet teveel na te denken; je gebruikt het standaard template en plaatst je producten. Bij je eigen site ben jij zelf verantwoordelijk bent voor het ontwerp en de structuur van je site. En als je zelf je site host (in plaats van een platform als SEOshop te gebruiken) dan komen daar ook nog eens de software en servers bij.

## Wat Is de Beste Verkoopstrategie?

Wat is nou het beste platform? Er zijn veel dingen die een rol spelen, en elk platform is geschikt voor verschillende mensen en situaties.

Als je eerst eens wil zien hoe dropshipping werkt en het meer als een hobby ziet, dan kunnen eBay en Marktplaats een goede optie zijn, mits je producten hebt met voldoende marge om de kosten te kunnen betalen en toch nog winst maken. Er zijn veel mensen die via eBay en Marktplaats geld verdienen, dus veeg het niet meteen van tafel.

Als je echt van plan bent om een lange termijn bedrijf op te bouwen, dan kun je beter je eigen webshop beginnen. Zoals ik eerder al zei, biedt een eigen site je meer flexibiliteit, persoonlijke vormgeving, de kans om met je klanten in contact te komen, de kans om een merknaam op te

bouwen, en nog veel meer. Je moet willen investeren in marketing en promotie, met name aan het begin, maar wij denken dat het op de lange termijn winstgevender kan zijn en het is, eerlijk gezegd, de enige optie voor mensen die het online verkopen serieus willen aanpakken.

Bovendien is er geen enkele reden om ook niet een paar producten te verkopen via eBay of Amazon terwijl je bezig bent je bedrijf op te zetten. Er zijn zelfs veel gevestigde merken die hun spullen op die manier verkopen, met name via Amazon.

Als je geïnteresseerd bent in het opzetten van een online winkel, dan raad ik aan om het 30 dagen gratis te proberen via SEOshop. Ga naar <http://www.seoshop.nl/dropship-webwinkel-leverancier/> en laat je verrassen.

Een iets goedkopere oplossing is BiedMeer. Het heeft wat minder uitgebreide functies maar heeft al wel enkele standaard dropship koppelingen: <https://biedmeerwebwinkels.nl/integraties.html>



## Hoofdstuk 7

### Het Runnen van een Dropshipping Bedrijf

Als je nog niet eerder een dropshipping bedrijf hebt gehad, dan kan de informatie in dit hoofdstuk je heel wat tijd en frustratie besparen. Veel van de gedetailleerde suggestie zijn gebaseerd op de twee basisprincipes van dropshipping:

- 1. Ga Ervan Uit Dat de Dingen Chaotisch Worden** – Het gemak van dropshipping heeft een prijs, en de aanwezigheid van een andere partij bij iedere verkoop maakt alles ingewikkelder. Bestelling kunnen misgaan, producten zijn niet altijd op voorraad, en je bent betrokken bij de hele afhandeling. Als je dit van tevoren goed tot je door laat dringen, dan is de kans kleiner dat je opgeeft uit frustratie.
- 2. Ontwikkel een KISS mentaliteit** – Met een KISS (Keep It Simple and Stupid) mentaliteit gaan de dingen in dropshipping veel makkelijker. Aangezien dropshipping van nature nogal ingewikkeld is – meerdere leveranciers, verzendingen vanuit verschillende locaties, etc. – ligt het voor de hand te proberen je eigen systeem op te zetten, zodat je altijd weet wat je kosten en voorraad zijn. Maar als je zo'n systeem probeert op te zetten, dan wordt je waarschijnlijk gek, ben je een klein fortuin kwijt aan software en komt je bedrijf er nooit. Je kunt beter een oplossing kiezen die makkelijk te implementeren is, zelfs als het niet "perfect" is – met name als je net begint.

Met dit in gedachten gaan we nu kijken naar de functionele structuur van je bedrijf, met als doel de dingen zo gladjes mogelijk te laten verlopen.

## Als Leveranciers een Bestelling Verknallen

Zelfs goede leveranciers maken fouten, dus reken er maar op dat er van tijd tot tijd iets misgaat. Dus wat moet je doen als je leverancier het verkeerde product – of helemaal niets – verstuurt?

**Beschuldig Niemand** – Geef je dropshipper nooit de schuld van de vergissing. Dat scheidt alleen maar verwarring en het is amateuristisch. Je klant weet niet eens dat je dropshipper bestaat. Neem dus verantwoordelijkheid voor de vergissing, biedt je verontschuldigingen aan en laat de klant weten wat je gaat doen om het op te lossen.

**Maak een Gebaar** – Afhankelijk van de ernst van de vergissing kan het een goed idee zijn om je klant iets aan te bieden als goedmaker. Bijvoorbeeld door de verzendkosten kwijt te schelden (in onze ervaring zeer effectief) of een upgrade als er een nieuw product moet worden verstuurd.

**Laat de Leverancier Betalen Om het Op te Lossen** – Hoewel je de verantwoordelijkheid neemt voor de fout, betekent dat nog niet dat je er ook voor moet betalen. Een goede leverancier is bereid om voor zijn eigen fouten te betalen, inclusief de verzendkosten van teruggestuurde bestellingen. Dat geldt echter waarschijnlijk niet voor eventuele upgrades die je je klant aanbiedt. Die kosten kan je rekenen tot het opbouwen van een reputatie en merknaam.

Zoals gezegd, iedere leverancier maakt wel eens een fout, maar wees op je hoede voor leveranciers die er een gewoonte van maken bestellingen verkeerd af te handelen. Tenzij het je lukt het gedrag van zo'n leverancier

te verbeteren (wat niet te verwachten valt), gaat het ten koste van je reputatie. Waarschijnlijk kun je dan beter uitkijken naar een andere leverancier.

## Voorraadbeheer en Meerdere Leveranciers

De meeste ervaring dropshippers zullen je vertellen dat het bijhouden van de voorraad bij meerdere leveranciers de grootste uitdaging is als ik het heb over dropshipping. Als je dit niet goed doet en je klanten constant moet vertellen dat producten niet op voorraad zijn, dan gaat dat ten koste van je reputatie en van je merknaam.

Het voorraadbeheer bij meerdere leveranciers – en het beperken van het aantal producten dat niet op voorraad is, is een ingewikkeld proces. Online diensten zoals eCommHub kunnen je helpen je voorraad af te stemmen. Ook de automatische import functies van SEOshop zijn ideaal. Dit is perfect als leveranciers real-time informatie verstrekken, maar dat is niet altijd het geval. Hieronder bespreek ik een aantal manieren waarop je je voorraad kunt beheren, zodat het aantal producten dat je niet op voorraad hebt zo klein mogelijk is:

- 1. Maak Gebruik van Meerdere Leveranciers** – Het hebben van meerdere leveranciers is zo belangrijk dat ik zelf nooit een nieuw dropshipping bedrijf zou opzetten als er maar één leverancier is. Waarom? Omdat het hebben van meerdere leveranciers met overlappende voorraden de beste manier is om je klanten zo weinig mogelijk nee te hoeven verkopen. Als leverancier **A** een bepaald product niet op voorraad heeft, dan is er een goede kans dat leverancier **B** het wel heeft. Bovendien is het riskant om alleen op één leverancier te vertrouwen. Als ze besluiten geen zaken meer met je te doen, hun prijzen verhogen of failliet gaan, dan kun je opnieuw beginnen.

Je zult nooit twee leveranciers vinden die exact dezelfde producten verkopen, maar als ze dezelfde markt bedienen, dan voeren ze waarschijnlijk allebei de bestverkopende producten – en die zijn het meest belangrijk.

- 2. Selecteer Je Producten Zorgvuldig** – In het verlengde van het vorige punt, is het beter om te proberen met name producten te verkopen die beide leveranciers voeren. Op die manier heb je altijd een back-up.
- 3. Doe Je Voordeel met Algemene Omschrijvingen** – Ook als ze niet precies hetzelfde product voeren, dan voeren leveranciers vaak producten die bijna identiek zijn en die inwisselbaar zijn. Dat geldt met name voor kleine accessoires en add-ons. Als je zeker weet dat twee producten nagenoeg hetzelfde zijn, zet dan een algemene omschrijving bij het product die het mogelijk maakt om bij beide leveranciers te bestellen. Noem ook beide productnummers. Op die manier kun je de bestelling naar één van beiden doorsturen zonder aanpassingen.

Waarschuwing: op dit gebied moet je goed nadenken over wat je doet. Iedere markt heeft bekende merknamen (Nike, Sony, Samsung), die je NOOIT moet omwisselen voor een ander product.

- 4. Check of een Product Leverbaar Is** – Ook al staat een product op de website van de leverancier, dan betekent dat nog niet altijd dat het ook echt leverbaar is. Het is een goed idee om met je verkoopcontact te babbelen over de leverbaarheid van producten die je wilt gaan verkopen. Zijn ze 90% van de tijd leverbaar of meer? Of houdt de leverancier er maar een paar op voorraad en zijn ze lastig bij de bestellen bij de fabrikant? Dat laatste type producten kan je beter niet op je website zetten.

### **5. Hoe Ga Je Om met Bestellingen Die Niet op Voorraad Zijn? –**

Hoe goed je planning ook is, er komen momenten waarop je bestellingen niet kunt leveren. In plaats van de klant te vertellen dat het product niet op voorraad is, kun je beter een upgrade aanbieden naar een vergelijkbaar – maar beter – product. Je maakt hoogstwaarschijnlijk een goede beurt bij de klant en je raakt je klant niet kwijt. Misschien verdien je op die bestelling niets, maar dat geeft niet. Als de klant de bestelling had geannuleerd, dan had je ook niets verdiend.

## Bestellingen Afhandelen

Het hebben van meerdere leveranciers heeft een aantal voordelen, zoals hierboven besproken: de kans dat producten op voorraad zijn is groter, hun geografische ligging vergroot de kans op een snelle levering en je bent niet afhankelijk van één bron voor je producten. Maar hoe je nou welke leveranciers je moet kiezen? Er zijn verschillende methodes om dat te bepalen:

**Stuur Alle Bestellingen Naar Je Voorkeursleverancier** – Als er één leverancier beter is dan de andere(n) (betere service, goed assortiment, etc.), stuur dan gewoon alle bestellingen naar die leverancier. Dat is makkelijk te regelen, omdat je makkelijk het e-mail adres van die leverancier aan de bevestiging kunt koppelen, om zo het hele proces te automatiseren. Als je deze methode gebruikt, is het ideaal als als je voorkeursleverancier de meeste producten voert die jij verkoopt. Anders moet je regelmatig bestellingen opnieuw versturen, naar een andere leverancier.

**Verstuur de Bestellingen Op Basis van Locatie** – Als je een grote hoeveelheid producten verkoopt van verschillende leveranciers, dan moet je de bestellingen doorsturen naar de leverancier die het product

op voorraad heeft. Deze optie kost meer werk als je het handmatig doet, maar het kan worden geautomatiseerd via diensten als eCommHub, mits je leveranciers de nodige informatie verstrekken.

**Verstuur de Bestellingen Op Basis van Prijs** – Dit klinkt goed op papier, maar tenzij één leverancier aanzienlijk lagere prijzen heeft kan het moeilijk zijn automatisch vast te stellen wie de laagste prijs biedt. Als je dit probeert te automatiseren, dan komen daar zeker extra kosten bij kijken. Dus hoewel het niet onmogelijk is, kan het lastig zijn om dusdanig te automatiseren dat dit goed werkt.

*NB: Ook als je er niet voor kiest om bestellingen op basis van prijs te versturen, dan moet je nog proberen je leveranciers met elkaar te laten concurreren, om een zo scherp mogelijk prijs te krijgen naarmate je bedrijf groeit. Doe dit dus niet te snel – als je als nieuweling probeert korting te krijgen, dan levert dat waarschijnlijk alleen maar ergernis op.*

Ik heb zelf alle vier methodes geprobeerd en hebben ontdekt dat er niet één manier is die altijd het beste werkt. Het hangt af van je winkel, je leveranciers en je persoonlijke voorkeuren.

## Veiligheid en Fraude

### Het Opslaan van Klantgegevens en Credit Card nummers

Het opslaan van klantgegevens en hun credit card nummers kan het opnieuw bestellen gemakkelijker maken en tot meer omzet leiden. Klantgegevens zijn makkelijk op te slaan. Credit cards zijn lastiger. Als je je eigen site hebt, dan wegen de voordelen waarschijnlijk niet op tegen mogelijke veiligheidsproblemen en aansprakelijkheid. Om credit cards te mogen opslaan, moet je aan een hele reeks voorwaarden voldoen. Dit is een duur en ingewikkeld proces, met name als je niet zo technisch bent.

En als je server wordt gehackt of er wordt ingebroken, dan kun je verantwoordelijk zijn voor de gestolen informatie.

Je kunt er het beste voor kiezen de credit card informatie van je klanten niet op te slaan. Richt je inspanningen op marketing en klantenservice in plaats van het oplossen van veiligheidsproblemen. Als je gebruik maakt van een platform als SEOshop, dan hoef je hier gelukkig niet over na te denken. Maar als je zelf een winkel in beheer hebt, schakel dan de optie voor het opslaan van credit card nummers uit in de configuratie.

## Frauduleuze Bestellingen

Het idee van frauduleuze bestellingen kan nogal angstaanjagend zijn als je net begint, maar met een beetje gezond verstand kun je de meeste verliezen door fraude voorkomen.

Maak daarnaast gebruik van een payment service provider voor je betalingen. Payment providers zijn vaak al heel ver in het tegengaan van frauduleuze bestellingen.

## Chargebacks

Als een klant zijn of haar bank of credit card maatschappij belt om een betaling te betwisten die jij hebt geaccepteerd, dan wordt die betaling teruggedraaid. Je payment provider brengt het bedrag tijdelijk in mindering op jouw rekening en vraagt jou om bewijs dat je de producten of diensten aan de klant hebt geleverd. Als je dat bewijs niet kunt leveren, dan krijg je het bedrag niet terug en worden er bovendien kosten in rekening gebracht. Als het te vaak voorkomt, dan kan je zelfs je account kwijtraken.

In de meeste gevallen gaat het om fraude, maar soms herkent een klant je bedrijf niet, is hij of zij de transactie vergeten of was men simpelweg niet blij met het product. Wij zijn dat allemaal tegengekomen.

In het geval van een storno het je meestal een paar dagen de tijd om te reageren, dus doe er niet te lang over. Om je geld terug te kunnen krijgen, moet je documentatie van de oorspronkelijke bestelling verstrekken, tracking informatie om te bewijzen dat het product is afgeleverd en een bewijs dat je het bij een groothandel hebt gekocht. Als het toch om een legitieme transactie gaat, dan krijg je waarschijnlijk je geld terug, zolang de transactie maar volledig in orde was.

Als er echter sprake is van een verschillend adres voor rekening en verzending, dan is de kans dat je geld terugziet heel klein. De meeste payment providers doen dat alleen als het adres in beide gevallen hetzelfde is.

In de praktijk valt het aantal fraudeleuze bestellingen gelukkig mee. Ik heb tienduizenden bestellingen verwerkt en minder dan 10 keer een probleem gehad.

## Retourzendingen

Voordat je besluit hoe je omgaat met retourzendingen, moet je eerst weten wat het beleid is van je leveranciers. Als ze een periode van 45 dagen hanteren, dan kan je gul zijn in je voorwaarden. Als ook maar één leverancier strenger is, dan heeft dat gevolgen voor jouw retourbeleid.

Als een klant een product terug moet sturen, dan ziet het proces er ongeveer als volgt uit:



1. Een klant neemt contact met je op om te vragen of het product teruggestuurd kan worden
2. Jij vraagt een retournummer aan bij je leverancier.
3. De klant stuurt het product retour naar je leverancier, met vermelding van het retournummer.
4. De leverancier crediteert jouw rekening met het bedrag dat aan jou in rekening is gebracht.
5. Jij crediteert de rekening van de klant voor het volledige bedrag.

Het is echter niet altijd zo simpel. Er zijn zaken die het proces ingewikkelder kunnen maken:

## Voorraadkosten

Sommige leveranciers brengen voorraadkosten in rekening bij retourzendingen, wat in feite extra kosten zijn voor het terugsturen van producten. Als dat het geval is, raad ik je aan om ze niet te betrekken bij het retourproces. Ze lijken ouderwets en niet echt klantvriendelijk. Je zal soms iets extra's moeten betalen, maar dat betaalt zich meer dan terug als er meer klanten bij je bestellen.

## Defecte Producten

Het enige dat nog erger is dan het ontvangen van een defect product is te moeten betalen om het terug te sturen. De meeste dropshipping

bedrijven vergoeden die kosten niet, omdat zij het product nou eenmaal niet zelf hebben gemaakt. Ze zien het simpelweg als een risico dat je loopt als je aan consumenten verkoopt.

Je moet de kosten voor het retourneren van defect producten echter altijd vergoeden, tenminste als je de reputatie van je bedrijf belangrijk vindt. Deze kosten kan je niet aan iemand anders in rekening brengen, maar maken onderdeel uit van het runnen van een kwalitatief dropshipping bedrijf. Tenzij je een rekening hebt bij PostNL, DPD, enz. kun je niet zelf de retourbon afdrukken, dus je zal het bedrag achteraf moeten overmaken. Zorg er in ieder geval voor dat de klant wordt gecompenseerd voor deze kosten.

Als het defect product relatief goedkoop is, dan is het vaak logischer om een nieuw product op te sturen, zonder dat de klant het originele product hoeft te retourneren. Dit heeft een aantal voordelen, bijvoorbeeld:

- 1. Het Kan Minder Duur Zijn** – Het is niet logisch om € 10 verzendkosten te betalen voor een product dat je voor € 12 bij je leverancier koopt. Het levert dan wel € 2 euro op, maar is ook een hoop gedoe, voor je klant, voor leverancier en voor jezelf (en je personeel).
- 2. De Klant Weet Niet Wat Hem Overkomt** – Hoe vaak komt het voor dat bedrijven simpelweg een nieuw product sturen als het oude product defect is? Bijna nooit. Je maakt een hele goede indruk en hebt waarschijnlijk een klant voor het leven. Ook ontvangt de klant het product zo veel sneller dan wanneer het defect product eerst moet worden geretourneerd.
- 3. Het Kan Zijn Dat Je Leverancier de Nieuwe Verzending Betaalt** – Leveranciers betalen vaak niet voor het terugzenden van een defect product, maar de meesten betalen wel de

verzendkosten als er een nieuwe product wordt gestuurd. Omdat ze sowieso voor de retourzending betalen, zijn de meeste leveranciers zover te krijgen dat ze een nieuw product, dat je separaat besteld, op hun kosten te versturen. Ook zijn de meesten blij dat ze de retourzending niet te hoeven verwerken.

Als een klant een product wil terugsturen dat niet defect is, dan moeten ze meestal zelf de verzendkosten betalen. Als je aanbiedt om de verzendkosten van alle retourzendingen voor je rekening te nemen, dan val je zeker op (het maakt onderdeel uit van het unieke business model van een bedrijf als Zappos). Maar het kan in de papieren lopen, en de meeste klanten snappen dat het redelijk is als zij die kosten voor hun rekening nemen, omdat zij hebben besloten dat ze het product bij nader inzien toch niet willen houden.

## De Verzending

Het berekenen van verzendkosten is voor veel dropshippers een kopzorg. Omdat het gaat om zoveel verschillende producten, op zoveel locaties, is het moeilijk de verzendkosten precies te berekenen.

Er zijn drie soorten verzendkosten waar je voor kan kiezen:

**Real-Time** – In dit geval wordt het totale gewicht bij elkaar opgeteld en over het totale gewicht de verzendkosten berekend. Deze methode is zeer nauwkeurig, maar kan lastig zijn bij verzendingen uit verschillende magazijnen.

**Per Type** – In dit geval worden de kosten berekend op basis van het type product. Dus voor smartphones geldt één tarief, en voor laptops een ander.

**Standaardbedrag** – Zoals de naam al aangeeft, wordt in dit geval altijd hetzelfde bedrag in rekening gebracht. Je kunt er zelfs voor kiezen alles gratis te verzenden. Dit is de makkelijkste methode, maar weerspiegelt niet altijd de werkelijke kosten.

Als we hebben over verzending, dan moeten we terugdenken aan de basisprincipes van dropshipping die ik aan het begin van dit hoofdstuk heb genoemd. Je willen met name gaan voor eenvoud in plaats van perfectie, vooral als je net begint.

Sommige ondernemers zijn dagen – of zelfs weken – kwijt aan hun poging om het hele bestelproces te automatiseren, nog voordat ze een cent verdiend hebben. Het is veel beter om je eerst te richten op zaken als marketing en klantenservice, en voor een simpel retourbeleid te kiezen dat in zijn algemeenheid logisch is. Als je eenmaal gaat groeien, heb je tijd genoeg om nog eens goed na te denken. Mijn filosofie is dat het beter is om een gemiddelde te schatten en dat als standaard te gebruiken. Op die manier raak je soms wat geld kwijt, maar verdien je het bij andere bestellingen weer terug.

En zelfs als je een systeem kan bedenken dat de verzendkosten in alle gevallen tot op twee cijfers achter de komma uitrekent, is dat dan echt wat je wilt? De meeste klanten hebben een bloedhekel aan te hoge verzendkosten, met name als ze denken dat hun hele bestelling van één locatie komt. Probeer in plaats daarvan je bestellingen zoveel mogelijk bij een klein aantal leverancier neer te leggen met een overlappende voorraad en wees selectief in wat je verkoopt. Op termijn, is deze oplossing veel praktischer en eenvoudiger.

## Internationale Verzendingen

Internationale verzendingen zijn vandaag de dag eenvoudiger dan in het

verleden, maar nog steeds ingewikkelder dan binnenlandse verzendingen. Als je spullen naar het buitenland verstuurt, hou dan de volgende dingen in gedachten:

- Er gelden verschillende beperkingen m.b.t. gewicht en afmetingen in verschillende landen.
- Leveranciers kunnen extra kosten in rekening brengen bij bestellingen over de grens.
- Bestellingen met problemen zijn duurder om op te lossen in verband met de extra verzendkosten.
- Het is duurder om grote en/of zware producten te versturen.

Het werkt natuurlijk ook andersom. Wanneer je een buitenlandse leverancier vindt zal de leverancier zijn producten naar het buitenland sturen.

Is het de moeite waard? Dat hangt af van je markt en van je marges. Als je kleine spullen verkoopt met een hoge winstmarge, dan kan het de moeite waard zijn om een internationale markt aan te boren. In andere gevallen – met name bij grotere en zwaardere producten – is dat maar zeer de vraag.

## Welk Verzendbedrijf Gebruik Je?

Waarschijnlijk heb je niet de mogelijkheid om zelf het verzendbedrijf te kiezen. Mocht dat wel mogelijk zijn kies je verzendbedrijf met de nodige zorg, omdat je op dit terrein geld kunt besparen. De belangrijkste keuze is tussen PostNL, DPD/DHL.

**PostNL** – Als je kleine, lichte pakketten verstuurd, dan is PostNL de

beste keuze voor binnenlandse (Nederlandse) pakketten. Voor de Belgische markt geldt dit voor bPost.

**DPD/DHL** – Deze twee giganten zijn met name sterk in het vervoeren van grote en zware pakketten. Op dit gebied zullen ze goedkoper zijn dan PostNL. Ook de internationale verzendingen zijn goedkoper en beter dan via PostNL.

Let bij je keuze niet alleen op kosten maar ook goed op de levertijden, zodat je je klanten een flexibele service kunt bieden.

## Klantenservice

Neem van ons aan: het is verre van ideaal zelf alle e-mails, verzoeken, telefoontjes en retourzendingen te moeten afhandelen. Bovendien is het ook al snel een goed idee, met name als je bedrijf en personeel begint te groeien, om meer dan één e-mail adres te gebruiken.

Eén van de beste dingen die je kunt doen om een goede dienstverlening aan je klanten te garanderen is het opzetten van een helpdesk. Er bestaan verschillende helpdesk pakketten, die allemaal een centrale locatie bieden van waaruit alle correspondentie (e-mails) en problemen kunnen worden verwerkt. In de meeste gevallen kunnen bepaalde onderwerpen aan teamleden worden toegewezen en bieden ze de mogelijkheid om een correspondentiegeschiedenis bij te houden.

Een paar populaire pakketten waar je uit kunt kiezen:

**Help Scout** – Minder rommelig dan andere pakketten, behandelt Help Scout ieder onderwerp als een e-mail en haalt het alle andere informatie weg die klanten vaak tegenkomen als ze een probleem hebben. In plaats daarvan krijgt de klant antwoord in de vorm van een e-mail, wat alles

persoonlijker maakt.

**Zendesk** – Dit pakket is op veel punten naar wens aan te passen en een krachtig pakket. Het biedt een verscheidenheid aan tools en is één van de populairste pakketten op de markt. Je moet het hier en daar wat aanpassen, maar als het eenmaal aan de wensen van jouw bedrijf is aangepast, dan heb je er veel plezier van.

**Desk** – Het bekende Salesforce zit achter dit pakket. Met de 'Universal Inbox' van Desk kun je via verschillende kanalen met je klanten communiceren binnen één gestroomlijnde interface.

**Kayako** – Kayako beweert een alles-in-1 platform te zijn, met ingebouwde live chat, telefoon en ondersteuning op afstand, naast de traditionele klantenservice.

**Sirportly** - Het zelfde als Kayako en Desk maar dan goedkoper. Zelf maak ik gebruik van Sirportly wegens hun goede multi-branding mogelijkheden.

## Telefonische Ondersteuning

Dit kan een ingewikkeld vraagstuk zijn. Natuurlijk biedt het toegevoegde waarde, maar het is aan de andere kant ook erg prijzig. Als je net begint, en misschien nog niet de hele tijd met je bedrijf bezig bent, dan kan je geen telefoontjes aannemen. Maar als je voltijds aanwezig bent, of personeel hebt dat beschikbaar is, dan kan het een goede optie zijn. Als je niet in de gelegenheid bent om overdag de telefoon aan te nemen, dan kun je een voice mail gebruiken en de klant later terugbellen. Het is niet perfect, maar kan een goed compromis zijn.

Als je over telefonische ondersteuning nadenkt, hou dan goed het soort

producten dat je verkoopt voor ogen. Als je dure luxe artikelen verkoopt, dan zullen je klanten eerder behoefte hebben aan telefonisch contact dan wanneer je goedkopere producten verkoopt, ervan uitgaande dat je website er professioneel en betrouwbaar uitziet.

Als je besluit telefonisch ondersteuning te bieden, denk dan ook goed na over hoe je dat wilt inrichten. Je wilt per slot van rekening ook weer niet worden overspoeld met telefoontjes. Het beste kun je je telefoonnummer op je contactpagina en winkelwagenpagina plaatsen, omdat de kans dat je klanten een zinvolle vraag hebben daar groter is.

Wees altijd bereid om telefonisch contact met je klanten te hebben nadat de bestelling is afgerond, om eventuele problemen op te lossen. Het is logisch om na te denken over hoe je het traject voor de bestelling wilt inrichten, maar als er na de bestelling vragen of problemen zijn, wees dan altijd bereid je klanten te woord te staan.

Je kunt bij Contact Care goedkoop servicenummers aanvragen. Ook andere providers, zoals Sonetel, kunnen je op dit onderdeel verder helpen. Verder zijn er call centers die het telefoonverkeer namens jou kunnen aannemen.



# Hoofdstuk 8

## **De Sleutels tot Succes**

Ik heb tot nog toe een groot aantal zaken besproken, van de basisbeginselen van dropshipping tot het selecteren van een markt en het opzetten van je eigen bedrijf. Als het goed is, weet je inmiddels voldoende om aan de slag te gaan.

Het is met zoveel informatie makkelijk om overdonderd te raken en uit het oog te verliezen wat echt belangrijk is. Daarom geef ik je hier een lijst van de cruciale onderdelen van succes. Het zijn essentiële zaken die bepalend zijn voor het slagen of mislukken van je nieuwe bedrijf. Als je ze met succes kunt uitvoeren, dan mag er van alles misgaan, maar dan is je kans op succes nog steeds groot.

### 1. Voeg Waarde Toe

De meest essentiële factor is het hebben van een solide plan dat duidelijk maakt hoe je je klanten toegevoegde waarde gaat bieden. Dit is voor elk bedrijf belangrijk, maar met name in de dropshipping wereld, waar de concurrentie moordend is.

Het is gemakkelijk om te denken dat je als dropshipper producten verkoopt. Maar succesvolle kleine ondernemers snappen dat ze niet alleen een product verkopen – ze verkopen inzicht, informatie en oplossingen. Je mag dan denken dat je een e-commerce bedrijf hebt, maar in werkelijkheid handel je in informatie.

Hoe ga je nou waarde toevoegen en problemen voor je klanten oplossen? Voordat je je bedrijf gaat opzetten, moet je eerst een goed antwoord op deze vraag hebben. Als je het niet zeker weet, neem dan de tijd om **Hoofdstuk 4** nog een keer goed door te lezen, waar dit onderwerp uitgebreid wordt behandeld. Als je het moeilijk vindt om deze vraag te beantwoorden voor een bepaalde niche markt, dan kan je overwegen een andere markt te kiezen.

Als je niet in staat bent waarde toe te voegen via goede informatie en begeleiding, dan kan je alleen maar concurreren op prijs. Hoewel dit voor prijsvechters een goede strategie is, is het niet de weg naar een succesvol dropshipping bedrijf.

## 2. Richt Je Op Marketing en Zoekmachine optimalisatie

Ten tweede moet je in staat zijn om bezoekers naar je site te lokken. Het belangrijkste probleem en de grootste frustratie is als je site geen bezoekers heeft. Veel ondernemers werken zich maandenlang in het zweet en komen er dan achter dat niemand weet dat ze bestaan.

Marketing en website verkeer zijn van essentieel belang voor het succes van je bedrijf en je kunt ze moeilijk uitbesteden, met name als je niet veel geld hebt. Je moet zelf je zoekmachine optimalisatie oppakken en op die manier bezoekers genereren.

Dit is met name van belang in de eerste 6 tot 12 maanden, als nog niemand weet wie je bent. Na het lanceren van je website moet je tenminste 75% van je tijd bezig zijn met dit onderdeel, gedurende 4 tot 6 maanden. Je hoort het goed: 4 tot 6 maanden! Als je bedrijf bekender

wordt, dan kan je er minder tijd aan besteden en profiteren van al je harde werk. Maar aan begin kan je niet hard genoeg werken aan je marketing.

Als je nog geen expert bent op het gebied van (zoekmachine) marketing, dan kun je veel profijt hebben bij de volgende bronnen en blogs:

#### Zoekmachinebronnen:

- **SEOMoz** - Eén van de populairste online zoekmachine communities. Hun handleiding voor beginners is met name heel nuttig als je pas begint.
- **SearchEngineLand** - Zeer productief zoekmachine blog, met tientallen nieuwe berichten per dag.
- **SEOBook** - Een populair zoekmachine blog en de thuisbasis van een betaalde privé community voor zoekmachineprofessionals.
- **KarelGeenen** - Het marketing en zoekmachinemarketing bedrijf Yargon heeft een zeer goede blog en aantal uitstekende trainingen.

#### Marketingbronnen:

- **Seth Godin's Blog** - Kwalitatief advies op het gebied van marketing en het genereren van potentiële klanten.
- **QuickSprout** - Een blog van de bekende ondernemer Neil Patel, met name gericht op marketing, zoekmachinemarketing en het genereren van webverkeer.

- **Hubspot Blog** - Advies over alles wat met inkomende marketing te maken heeft, van het genereren van webverkeer via e-mail tot social media tips.
- **KISSmetrics Blog** - Uitgebreide marketingberichten met een nadruk op analytics, gebruikersvriendelijkheid en conversie.
- **Schrijvenvoorinternet** -Hoe je gedragspsychologie kunt gebruiken om klanten te beïnvloeden.
- **CopyBlogger** - Content marketing tips met een nadruk op effectief en overtuigend schrijven.
- **Mixergy** -Interviews met succesvolle ondernemers op het gebied van technologie en internet. Niet alleen gericht op marketing, maar veel bruikbare informatie voor aankomende ondernemers, onder andere marketing en advies voor beginners.

#### e-Commerce Marketing Bronnen:

- **Shopify Blog** - Een uitgebreide e-commerce blog met regelmatig informatie over het effectief neerzetten en promoten van je webwinkel.
- **SEOshop Blog** - Hetzelfde als Shopify maar dan Nederlands.
- **eCommerceFuel** - Tips van een actieve e-commerce ondernemer over het oprichten, laten groeien en promoten van webwinkels. Specifiek gericht op individuele webwinkeliers en kleine webwinkels.

- **GetElastic** - Zoekmachine optimalisatie informatie vanuit een e-commerce perspectief.
- **WebwinkelSucces** - Mag natuurlijk niet ontbreken.

### 3. Specialiseer Je!

Bijna alle succesvolle dropshippers die wij tegenkomen hebben één ding met elkaar gemeen: Ze zijn allemaal gespecialiseerd in een bepaald product of niche markt. Hoe meer gespecialiseerd ze zijn, des te succesvoller ze meestal zijn.

Je wilt niet alleen maar backpacks verkopen. Je wilt backpacks verkopen die zijn ontwikkeld voor wereldreizigers die een lichte bepakking willen. Je wilt niet alleen maar veiligheidsapparatuur verkopen. Je wilt beveiligingscamera's verkopen voor benzinestations.

Veel mensen denken dat, als ze zich tot een kleine specifieke doelgroep beperken, dat ten koste gaat van hun omzet. Het tegendeel is waar. Als specialist kun je effectiever met je klanten communiceren, je makkelijker onderscheiden van je concurrenten en is het aantal concurrenten ook nog eens kleiner. Het is voor dropshippers bijna nooit een slechte zet.

Als je een webwinkel opzet in een nieuwe niche markt dan weet je waarschijnlijk niet op welk segment je klanten zich richten – maar dat geeft niet. Naarmate je meer ervaring hebt, moet je echter beter in kunnen schatten welk segment het meest winstgevend is en waar je de meeste waarde kunt toevoegen. Probeer je vanaf dan alleen maar te richten op de behoeften en problemen van die klanten. Je zal versteld staan hoe hard je omzet stijgt, zelfs als je relatief hoge prijzen berekent.

Besef goed: als iedereen je klant is, dan is niemand je klant. Specialisatie maakt het makkelijker jezelf te onderscheiden, hogere prijzen te

hanteren en je marketinginspanningen gericht toe te passen.

## 4. Een Lange Termijn Visie

Het opbouwen van een dropshipping bedrijf is net als het opbouwen van alles dat waarde heeft: Het kost inzet en tijd. Om welke reden dan ook denken sommige mensen dat ze met dropshipping snel – bijna slapend – rijk kunnen worden. Zo werkt het dus niet.

In werkelijkheid duurt het tenminste een jaar om een bedrijf op te zetten dat een gemiddeld jaarinkomen oplevert.

Je moet ook goed beseffen dat de eerste maanden het moeilijkst zijn. Je zult worden geplaagd door twijfel, tegen problemen met je website aanlopen en waarschijnlijk in het begin helemaal niets verkopen. Maar Keulen en Aken zijn ook niet in één dag gebouwd, dus weet dat je geduld moet hebben.

Als je je hier mentaal goed op voor bereid en er met realistische verwachtingen aan begint, dan is de kans groter dat je doorzet totdat je bedrijf een succes is.

## 5. Biedt Uitstekende Dienstverlening

Internet is altijd een redelijk transparante plek geweest, maar met de opkomst van de social media is de reputatie van een bedrijf belangrijker dan ooit. Als je klanten niet goed behandelt, dan laten ze dat vaak aan iedereen weten – waaronder veel potentiële klanten.

Het grootste gevaar voor dropshippers is dat ze zich teveel richten op de

winst en verlies per bestelling als er iets mis gaat. Je moet accepteren dat dropshipping chaotisch kan zijn, dat jij opdraait voor het opruimen van de rommel en dat je je problemen niet altijd bij de klant moet neerleggen. Als je niet van tijd tot tijd wat geld kwijtraakt om je klanten tevreden te houden, dan doe je waarschijnlijk iets niet goed.

Tevreden klanten zijn de beste reclame die je je maar kan wensen. Het is nou eenmaal makkelijker iets te verkopen aan een bestaande klant die tevreden is, dan een nieuwe klant te werven. Als je je klanten zeer goed behandelt, dan vertellen zij dat waarschijnlijk aan anderen en sturen anderen naar je door. Met uitstekende dienstverlening kun je een bedrijf opbouwen waar terugkerende klanten een groot deel van je omzet genereren.

Een goede klantenservice is een belangrijke succesfactor, dus zorg ervoor dat het vanaf het begin een prioriteit is.

## 6. Verlies Jezelf Niet in Details

Hoe graag ik je ook zou vertellen dat SEOshop de enige weg naar succes is, het is gewoon niet waar. Toegegeven, het is één van de beste Europese e-commerce platforms, maar in werkelijkheid kun je met elke webwinkel succesvol worden. Maar ook je bedrijfsnaam, logo, website or e-mail marketing bepalen uiteindelijk niet of je slaagt.

Wat een bedrijf tot een succes maakt zijn de zaken die ik net heb besproken: waarde toevoegen, marketing, perfecte klantenservice, specialisatie en een lange adem. Toch zijn er nog steeds ondernemers die weken – soms maanden – piekeren over welke weboplossing nou de beste is en welke kleur het beste staat in hun logo. Dat is dus kostbare tijd die je beter kan besteden aan het opbouwen van je bedrijf.

Doe gedegen onderzoek en baseer je beslissing op alle informatie die je hebt, maar laat jezelf niet verlammen door allerlei details.

## 7. De Belangrijkste Stap

De belangrijkste stap – en een stap die de meeste mensen nooit zetten – is gewoon beginnen met het opbouwen van je eigen bedrijf. Voor de meeste mensen is dit het moeilijkst en uiteindelijk is het een kwestie van angst en onzekerheid.

Het is een veelgehoorde misvatting dat succesvolle ondernemers vanaf het begin geen enkele twijfel hebben. Als je iets dieper graaft dan zul je zien dat de meeste ondernemers ook hun twijfels hadden over wat er van hun bedrijf terecht zou komen. Maar ze lieten zich door hun twijfel niet tegenhouden.

Als je serieus bent over het opzetten van je eigen dropshipping bedrijf, dan moet je dat ook niet laten gebeuren. Verricht onderzoek, weeg je opties en duik dan in het diepe, ondanks je angsten en twijfels. Dat is wat ondernemers doen.

## 8. Je Eerste Verkoop

Je dropshipping business is eindelijk van de grond en je prioriteit is nu het binnenhalen van je eerste bestelling. Ben je ooit een kroeg binnengelopen, waar de eigenaar een bankbiljet had ingelijst alsof het een kunstwerk was? Voor veel bedrijven is die eerste verkoop een omslagpunt, een overgang naar een bedrijf dat inkomsten genereert. Ik geef je nu 16 manieren om je eerste bestelling te krijgen nog voordat Google zelfs maar weet dat je bestaat:



## Vertel Je Vrienden en Familie

Doe wat Herbalife consulenten en Tupperware dames doen en vertel iedereen over je nieuwe bedrijf. Moedig ze aan op de link naar je site te delen op Facebook, Twitter, Google+ en Pinterest. Besef dat je ze niet alleen vraag om iets bij je te kopen, maar ook om je informatie te delen op hun sociale netwerk – wat extreem waardevol kan zijn.

## Maak Gebruik van Google Adwords

In koop je bij pay-per-click (PPC) marketing websiteverkeer. Hoewel er veel nuances mogelijk zijn, is PPC marketing een garantie van webbezoekers, en dus omzet. Het kan lastig zijn om het juiste publiek te vinden en de kosten kunnen oplopen. Verdiep je eerst een beetje in Google Adwords, voor dat je je portemonnee opentrekt.

## Geef Dingen Weg

Het lijkt misschien dat het weggeven van producten een slecht idee is, maar er zijn twee manieren waarop je het in echte verkopen kunt omzetten.

Je kunt honderden, misschien wel duizenden e-mail gebruikers krijgen door een paar producten weg te geven voor of na het opstarten van je bedrijf. Vraag bezoekers om zich in te schrijven en aan een wedstrijd mee te doen of het door te sturen naar hun vrienden. Als je site wordt gelanceerd, of als de wedstrijd is afgesloten, kun je ze vervolgens allemaal een e-mail sturen met een mooi aanbod.

Zoek op Google naar wie de smaakmakers in jouw sector zijn. Als je

bijvoorbeeld een coole nieuwe gadget verkoopt, stuur dan een gratis exemplaar naar de journalisten, bloggers en tijdschriften die in je product geïnteresseerd kunnen zijn met een uitleg van je product en je webwinkel. Grote bedrijven doen dit al tientallen jaren en het werkt, als je het goed doet. Verwacht echter geen lawine aan reacties. Al hou je er één artikel aan over, dan nog is het een geslaagde actie.

## Maak een Infographic

Informatiegrafieken, beter bekend als infographics, visualiseren informatie op een manier dat het beter te begrijpen is. Deze vorm van communiceren is de laatste tijd steeds populairder geworden. Laat een ontwerper een infographic maken die past bij de product die jij verkoopt.

Als je bijvoorbeeld wandelschoenen verkoopt, dan zou je een infographic kunnen uitgeven over de kilometers aan openbare wandelpaden, vergeleken met een aantal jaren terug en met andere regio's. Je kunt je infographic vervolgens publiceren bij een betaaldienst zoals *Nieuwsbank* of op een platform zoals Presscenter. Tientallen publicaties kunnen de infographic overnemen, allemaal met een link naar jouw webwinkel.

## Meld Je Aan Bij Product Feeds

Sites zoals Kieskeurig, Beslist, Vergelijk en Google Shopping verzamelen productinformatie en prijzen, en stellen consumenten zo in staat om prijzen makkelijker te vergelijken. Door je feed op dat soort sites te plaatsen, en er zelfs soms een klein bedrag voor te betalen, kan je een leger aan nieuwe consumenten naar je site lokken, wat weer kan leiden tot die eerste bestelling.

## Maak Gebruik van Video

Video kan een zeer effectieve manier zijn om je nieuwe bedrijf te promoten en, als we het hebben over een e-commerce bedrijf, omzet genereren. Je kunt ook productvideo's op je website plaatsen om je populairste producten beter voor het voetlicht te brengen. Ook voor zoekmachine optimalisatie van je pagina's zijn video's zeer geschikt!

## Vraag Je Leveranciers om Hulp

Distributeurs en fabrikanten zijn vaak bereid nieuwe afnemers te helpen door ze in hun dealerlijst op te nemen of in hun social media op te nemen. Wees niet bang om hen om hulp te vragen als je je bedrijf aan het opzetten bent.

## Regel Interviews

Ondernemers zijn vaak thuis in een bepaalde sector. Als je handgemaakte overhemden verkoopt en goed thuis bent in mannenmode, waarom zou je dan niet de media benaderen en hen helpen met je deskundige commentaar op mannenmode? Reporters zoeken vaak naar experts en de kans is groot dat je de gelegenheid krijgt om je bedrijf te noemen.

## Schrijf een Coole Blog

Bij content marketing gaat het erom bezoekers (lees: potentiële klanten) naar je site te lokken, door content van een hoge kwaliteit te bieden. Er

zijn een paar hoofdingrediënten om de blog van je e-commerce bedrijf te verbeteren, zodat het de moeite van het delen waard is: maak goede en relevante content, zorg ervoor dat het er goed uitziet, laat je producten in actie zien, hou het kort en bondig en laat hen achter de schermen zien.

## Geef Mensen Je Visitekaartje

Iedere online ondernemer zou visitekaartjes moeten hebben. Regel visitekaartjes die er goed uitzien en passen bij de uitstraling van je website. Vergeet niet om de link naar je website een centrale plaats te geven. Zodra je je visitekaartjes in huis hebt, deel ze dan uit aan iedereen!

## Maak Gebruik van Social Media

Je hebt waarschijnlijk al duizenden keren gehoord hoe belangrijk social media zijn, en daar is een reden voor – het werkt. Zorg ervoor dat je goed zichtbaar bent op Twitter, Facebook en Pinterest. Begin gesprekken over je sector en neem ook deel aan de gesprekken van anderen, zodat je je invloed kan laten gelden. Je zult versteld staan hoeveel verkeer je via de social media kunt genereren. Als je blijft groeien, dan duurt het niet lang voordat je volgers je klanten worden.

## Gebruik Kortingscodes

Iedereen houdt van korting. Je zult verbaasd staan hoeveel mensen op Google zoeken op het woord "korting" of "voordeel". Gebruik een kortingscode op je webwinkel en ga dan naar een site als kortingscode.nl, Actiecode.nl of Flipit.com en plaats je aanbieding.

## Overweeg een Affiliate Programma

Met een affiliate programma kun je mensen betalen om je producten te delen en te promoten. Je schrijft je in bij een dienst zoals Daisycon of TradeTracker en je bepaalt een bedrag voor elke bestelling die mensen aanbrengen. Dit soort sites kan kostbaar zijn en veel tijd kosten, en ze zijn niet geschikt voor iedereen, maar voor bepaalde producten is het zeker de moeite waard.

## Adverteer op Facebook

Adverteren op Facebook kan een perfecte manier zijn om een bepaald publiek te bereiken. Als je bijvoorbeeld sieraden verkoopt, dan kun je op Facebook mensen met "juwelen", "horloges" of "armbanden" bereiken met banners die gericht zijn op waar zij in geïnteresseerd zijn. Adverteren op Facebook is, net als Google Adwords, PPC.

## Start Klein

Verwacht niet dat je direct een interview kan geven op televisie of aan een groot maandblad. Maar een interview op een shoppingblog zou wel eens mogelijk kunnen zijn. Hetzelfde geldt voor affiliaties. De grootste affiliaties zullen je niet direct opmerken, maar kleine affiliaties willen waarschijnlijk graag met je samenwerken.

## Wees Geduldig

Als je een fysieke winkel zou beginnen, dan zou je waarschijnlijk niet

verwachten dat je bedrijf meteen winst zou maken, en hetzelfde geldt voor e-commerce – het heeft tijd nodig, dus wees geduldig.

# Bijlage I

## Verklarende Woordenlijst

**Adres Verificatie Systeem (AVS):** AVS is ontwikkeld voor credit card fraude preventie, en vergelijkt het adres dat een gebruiker opgeeft bij een online aankoop met het adres dat bij de credit card maatschappij staat vermeld. Het maakt onderdeel uit van een aantal fraude preventie systemen.

**Adviesprijs:** De verkoopprijs die een fabrikant adviseert aan retailers voor het verkopen van zijn producten.

**Affiliate:** Een uitgever of website-eigenaar die webverkeer doorstuurt naar een website en op basis van prestatie wordt beloond wordt in de context van online marketing een affiliate genoemd.

**Affiliate Links:** Een URL (hyperlink) die de identiteit bevat van een affiliate, en additionele informatie die met makkelijker maakt om de activiteit van affiliates te volgen.

**Amazon:** Amazon is een internationale online verkoper met een marktkapitalisatie van meer dan \$ 128 miljard (per januari 2013). Amazon host daarnaast een marktplaats waar online verkopers hun producten kunnen laten zien en verkopen, en biedt ondersteuning in de vorm van software en infrastructuur.

**Application Programming Interface (API):** Een API is een protocol dat het mogelijk maakt voor verschillende soorten software om via een relatief simpele interface met elkaar te communiceren. Ontwikkelaars

gebruiken vaak API's om systemen en diensten met elkaar te verbinden of te integreren.

**Autorisatie:** Een transactie met een betaalkaart die speciaal wordt uitgevoerd om te zien of er voldoende saldo aanwezig is voor een bepaalde transactie.

**Bedrijfsvorm:** De wettelijke status van een bedrijf. Bijvoorbeeld eenmanszaak of BV.

**Belasting Toegevoegde Waarde:** Een belasting die in elk stadium van een productieproces wordt toegevoegd, dus elke keer als er "waarde" aan het product wordt toegevoegd.

**Besloten Vennootschap (BV):** Een bedrijfsvorm die de ondernemer grotendeels beschermt tegen persoonlijke aansprakelijkheid.

**Betaaltermijn:** Een situatie waarbij een leverancier een retailer een aantal dagen de tijd geeft om een rekening te betalen. Vaak wordt er korting gegeven als een retailer sneller betaald.

**Better Business Bureau:** Een non-profit organisatie in Canada en de VS die zich richt op vertrouwen in adverteerders. De organisatie beantwoordt vragen over de betrouwbaarheid van bedrijven, en accrediteert ook bedrijven, die het Better Business Bureau logo op hun website mogen vermelden.

**Beurs:** Een expositie die fabrikanten en distributeurs de gelegenheid geeft om nieuwe producten of diensten te laten zien of te demonstreren.

**Bing:** Bing is de zoekmachine van Microsoft die resultaten weergeeft naar aanleiding van zoekopdrachten. De site maakt gebruik van een ingewikkeld en geheim algoritme om te bepalen welke sites worden getoond bij een bepaalde zoekopdracht. Bing heeft daarnaast een pay-



per-click advertentieplatform en maakt het voor mogelijk voor bedrijven om shoppers korting te bieden.

**Blog:** Een blog is een online nieuwssite of publicatie die meeste bestaat uit korte artikelen, ook wel posts genoemd, die meestal op datum zijn geordende, met de meest recent bovenaan. In veel gevallen kunnen de lezers op de artikelen reageren. De term blog is de samenvoeging van "web" en "log". In het begin werden de meeste blogs gebruikt voor het verspreiden van persoonlijke opinies, maar inmiddels vallen er een groot aantal verschillende soorten publicaties onder de term. In e-commerce verband worden blogs vaak gebruikt als marketingtool, en kunnen ze onderdeel uitmaken van social media en content marketing campagnes.

**Bootstrapping:** Bootstrapping verwijst naar het zelf financieren van een nieuw bedrijf, wat inhoudt dat het bedrijf wordt gefinancierd uit de winst of uit de investeringen van de eigenaar zelf, in plaats van extern kapitaal te gebruiken.

**Bounce Rate:** Een internetmarketing term die wordt gebruikt om het percentage bezoekers van een website aan te duiden die slechts één pagina van die website bekijken.

**Brick & Click Store:** Een detailhandel met tenminste één fysieke winkel en tenminste één e-commerce website.

**Brick & Mortar:** Een detailhandel met tenminste één fysieke winkel.

**BTW-nummer:** Een nummer dat voor het opzetten van een bedrijf via de Kamer van Koophandel moet worden aangevraagd en een soort Sofinummer is voor het bedrijf.

**Call-to-Action:** Een zin, button, link of ander element op een website die de bezoeker vraagt een bepaalde handeling uit te voeren, bijvoorbeeld het bestellen van een product, een registratieformulier invullen, aanmelden voor en nieuwsbrief, etc.

**Canonicalisatie:** Het selecteren van een voorkeurs-URL voor een bepaalde verzameling content. Veel moderne sites kunnen vanuit een aantal URLs worden benaderd, waaronder URLs die extra informatie bevatten. Canonicalisatie helpt bij het bepalen welke URLs door de zoekmachines moeten worden geïndexeerd en vermeld.

**Canonische URL:** De canonische meta-tag die de zoekmachines doorstuurt naar de voorkeurs-URL voor een site die vanuit verschillende URLs kan worden benaderd.

**Capture:** Het proces met betrekking tot het zeker stellen van betalingen in een betaalproces na autorisatie.

**Chargeback:** Als een bank een betaling terugdraait, in mindering brengt op de rekening van het bedrijf en terugstort op de rekening van de consument. Bijna alle chargebacks zijn het gevolg van klachten van klanten, bijvoorbeeld dat de transactie niet was goedgekeurd, niet afgehandeld of niet volgens omschrijving afgehandeld. Chargebacks kunnen van invloed zijn op de kosten die bedrijven betalen om online credit card transacties te mogen uitvoeren.

**Comma Separated Values (CSV):** Een bestandstype dat datawaarden opslaat. CSV wordt vaak gebruikt om product feeds te versturen.

**Confirmed Shipping Address:** Deze term heeft twee op elkaar lijkende maar aparte betekenissen in e-commerce. Het kan verwijzen naar een adres dat echt bestaat op basis van een beoordeling van een vervoerder zoals FedEx of TNT Post. De term kan ook verwijzen naar een verzendadres dat een bepaalde consument heeft opgegeven bij een payment provider of dat bij een eerdere transactie met een bepaalde winkel met succes is gebruikt.

**Content Management System (CMS):** Een softwareprogramma dat het

mogelijk maakt online content aan te maken, te wijzigen, bij te houden, te publiceren en te tonen vanuit één enkele interface of beheersmodule. In het geval van webwinkels kan een CMS worden gebruikt om de productcatalogus van een bedrijf te beheren.

**Conversie:** Een marketingterm die aangeeft welk percentage van het totaal aantal webbezoekers overgaat tot een daadwerkelijke bestelling.

**Cookie:** Een miniem bestand dat op de computer of GSM van een gebruiker wordt opgeslagen met het doel informatie op te slaan over de interactie van die gebruiker met de website in kwestie.

**Customer Relationship Management (CRM):** Een softwareprogramma dat zich speciaal richt op het organiseren, synchroniseren en automatiseren van de relaties met de klanten van een bedrijf.

**CSS (Cascading Style Sheets):** Een stylesheet taal die wordt gebruikt om de uitstraling van een site te beschrijven die in HTML is geschreven. CSS maakt het mogelijk om de presentatie te scheiden van de structuur van een site, wat het beheer van de lay-out van de site eenvoudiger maakt.

**Directories:** Sites die (links naar) andere sites verzamelen en aanbieden, waaronder webwinkels, worden directories genoemd.

**Distributeur:** Een distributiebedrijf dat de producten van een aantal fabrikanten op voorraad houdt en aan retailers verkoopt. Vaak kunnen distributeurs sneller leveren dan fabrikanten en kunnen verkopen ze kleinere hoeveelheden. In de meeste gevallen brengen distributeur extra kosten in rekening voor hun diensten, bovenop de prijs van de fabrikant.

**Domein:** Het hoofdadres van een website.

**Dropshipping:** Een bedrijfsstrategie waarbij de verkoper het product

niet zelf op voorraad heeft, maar het verzendadres doorgeeft aan de fabrikant of aan de distributeur, die het product vervolgens naar de klant toestuurt.

**Veiling bij Afslag:** Bij dit soort veilingen begint met men een hoog bedrag, dat vervolgens langzaam wordt verlaagd totdat er iemand een bod uitbrengt of tot de van tevoren vastgestelde ondergrens is bereikt.

**eBay:** Een online veilings- en verkoopsite, die het bekend is om zijn verkoop tussen consumenten onderling. Veel online winkeliers gebruiken eBay als verkoopkanaal.

**e-commerce:** Het kopen en verkopen van kanalen via elektronische netwerken, zoals internet en mobiele toepassingen. De term kan slaan op elektronische transacties in het bijzonder of op de online handel in zijn algemeenheid.

**Eenmanszaak:** Een bedrijfsvorm waarbij het bedrijf eigendom is van en wordt gerund door één persoon. In principe is er bij deze bedrijfsvorm geen wettelijk onderscheid tussen de eigenaar en het bedrijf.

**Erkende Distributeur:** Een door de fabrikant erkende en goedgekeurde distributeur die gemachtigd is om grote hoeveelheden producten te verkopen aan commerciële klanten, zoals online bedrijven.

**Erkende Retailer:** Een door de fabrikant erkende en goedgekeurde retailer die gemachtigd is producten direct aan consumenten te verkopen.

**Exporteren:** De verkoop van producten door groothandels en retailers aan klanten in het buitenland.

**Fabrikant:** Een bedrijf dat goederen maakt om ze te verkopen.

**Fraude:** Opzettelijk bedrag uit winstbejag.

**Fulfillment (Afhandeling):** In e-commerce slaat deze term op het afronden van een bestelling. De term kan ook slaan op derden die producten op voorraad houden en namens een webwinkel naar de klant versturen.

**Gebruikersvriendelijkheid:** Het relatieve gemak waarmee de interactie met een website of applicatie plaatsvindt.

**Google:** De belangrijkste zoekmachinesite. Google toont resultaten op basis van een geheim algoritme waarin een groot aantal factoren worden meegewogen. Het doel is om gebruikers de best mogelijke resultaten te tonen. Google biedt daarnaast ook andere diensten aan, zoals een pay-per-click advertentienetwerk, betaalmethodes, en een uitstekend analyseplatform.

**Google Keyword Tool:** Een gratis tool, dat onderdeel uitmaakt van Google Adwords, dat, op basis van een groot aantal zoekopdrachten op Google suggesties doet voor trefwoorden voor een bepaalde URL en categorie.

**Google Trends:** Een zoekmachinetool dat vertelt hoe vaak een bepaalde term of zoekwoord als zoekterm wordt gebruikt op Google. De resultaten worden getoond op relatieve schaal, waardoor het makkelijk is om verschillende zoekwoorden met elkaar te vergelijken. Ook wordt getoond waar de zoekopdrachten vandaan kwamen en hoe het aantal zoekopdrachten zich in de loop van de tijd heeft ontwikkeld.

**Groothandelsprijzen:** De prijzen die retailers betalen aan fabrikanten, distributeur of andere groothandels.

**Groothandel:** Een fabrikant, distributeur, etc. die aan retailers verkoopt.

**Handelsmerk:** Overheidsbescherming van woorden, symbolen of ontwerpen die een bepaald product of merk vertegenwoordigen.

**HTML (HyperText Markup Language):** Een computertaal die speciaal is ontwikkeld voor het tonen van internetpagina's en applicaties in webbrowsers. Net als andere vergelijkbare talen beschrijft HTML de layout en syntaxis van het document.

**Inventaris:** De waarde of hoeveelheid van een voorraad producten op een zeker moment.

**JavaScript:** Een scripttaal – ECMAScript – dat wordt gebruikt om websites interactief en dynamisch te maken.

**Kortingscode:** Een aantal cijfers en/of letters die een online shopper kan invoeren om korting te krijgen of van een andere aanbieding te profiteren. Worden ook wel couponcodes genoemd.

**Kosten Per Bestelling:** Als een fabrikant of distributeur een bestelling direct namens een retailer naar de klant stuurt, dan brengen fabrikanten of distributeurs daar soms extra kosten voor in rekening.

**Kwalitatieve Metingen:** Hier wordt de kwaliteit van de interactie met de klanten gemeten, dus het kan subjectief zijn. Een voorbeeld hiervan is wanneer een bedrijf zijn klanten vraagt om de kwaliteit van de dienstverlening en producten te beoordelen.

**Kwantitatieve Metingen:** In online marketing zijn dit metingen die in cijfers kunnen worden uitgedrukt. Bezoekersaantallen, hoe lang bezoekers op een site blijven zijn hier voorbeelden van.

**Landing Pages:** In online marketing is een landing page een enkele webpagina die wordt getoond na een specifieke call-to-action. Ze worden vaak getoond na een link vanuit een PPC advertentie, in een e-

mail of een specifieke URL in een offline advertentie. De inhoud van de landing pages zijn afgesteld op de omgeving van waaruit de link wordt gemaakt.

**Linking Root Domains:** Een term afkomstig uit zoekmachinemarketing. Als site A meer dan één keer naar site B linkt, dan is site A de linking root domain. Linking root domains – als meervoud – vormen het totale aantal unieke links naar een bepaalde website.

**Liquidatie:** Een verkoop die als doel heeft alle exemplaren van een bepaalde productlijn te verkopen zonder de voorraad bij te vullen.

**Liquidator:** Een bedrijf dat liquidatieproducten opkoopt, om ze daarna zelf weer te verkopen.

**Listing Fees:** Marktplaatsen en online veilingssites, zoals eBay, kunnen extra kosten in rekening brengen voor het plaatsen van producten.

**Logistiek:** Het beheren van producten of andere bronnen terwijl ze in beweging zijn van één plek naar een andere plek. In e-commerce kan het duiden op het proces waarbij voorraad naar een winkelier wordt getransporteerd, of het versturen van bestellingen naar consumenten.

**Long Tail:** Deze term werd voor het eerst genoemd in Wire Magazine in 2004. De term is afkomstig van Chris Anderson en markten en marktplaatsen, met online, zich steeds meer richten op niche producten. In e-commerce kan het voor nieuwe ondernemers makkelijker en voordeliger zijn zich te richten op niche producten.

**Long-Tail Variations:** In zoekmachinemarketing en pay-per-click advertenties zijn Long-Tail Variaties trefwoorden die qua betekenis of oorsprong lijken op andere trefwoorden die vaak worden gebruikt, maar die minder concurrerend zijn. Ze worden vaak gebruikt door bedrijven die net zijn gestart en niet in staat zijn voor de populairdere trefwoorden te kunnen betalen.

**Long-Tail Traffic:** Websiteverkeer als gevolg van het gebruik van Long-Tail Variations of van het zoeken op niche trefwoorden in het algemeen.

**Marges:** Het verschil tussen wat een retailer betaalt voor een product en wat zijn klanten vervolgens voor dat product betalen. Het berekenen van de marge kan plaatsvinden alleen op basis van de kosten van de verkochte producten, maar kan ook overhead en andere variabele kosten meenemen in de berekening.

**Metatags:** HTML tags die informatie bevatten over een webpagina, maar niet noodzakelijk invloed hebben op hoe de pagina wordt getoond. Deze informatie is nuttig in de zoekmachinemarketing en voor het gebruik in sommige social media interfaces.

**Minimale Bestelling:** Het kan zijn dat fabrikanten of distributeurs van hun klanten eisen dat die een minimale hoeveelheid of waarde afnemen.

**Minimumprijs:** Fabrikanten kunnen van retailers eisen dat ze hun producten niet onder een bepaalde prijs verkopen. Fabrikanten verschillen in hun beleid ten opzichte van minimumprijzen, en in sommige betekent verkopen onder de minimumprijs einde contract.

**Multi-Channel Retailing:** Het verkopen van producten via meerdere verkoopkanalen, bijvoorbeeld via internet, online marktplaatsen zoals Amazon, via fysieke winkels, catalogi, etc.

**Multivariate Testing:** In online marketing is dit een testmodel waarbij verschillende variabelen tegelijkertijd worden getest om te zien welke variatie in de inhoud of ontwerp van een webpagina of advertentie het beste resultaat oplevert. Eenvoudig gezegd is het mogelijk dat potentiële klanten één of meerdere versies te zien krijgen van een online advertentie, terwijl achter te schermen wordt bekeken welke versie het beste resultaat oplevert, of het beste een bepaalde



doelstelling bereikt, bijvoorbeeld een aankoop.

**Netto Winst:** Het verschil tussen de inkomsten en uitgaven van een bedrijf – alle uitgaven. Simpel gezegd: netto winst is wat er overblijft als alle rekeningen zijn betaald.

**Niche:** Een apart marktsegment

**Ontvangstbevestiging:** Een dienst die door veel pakketvervoerders, bijvoorbeeld FedEx of TNT, wordt aangeboden en die de verzender informatie verstrekt over wanneer een pakket is afgeleverd. Dit is niet hetzelfde als wanneer een klant tekent voor ontvangst.

**Open Site Explorer:** Een link analyse tool van SEOMoz dat verscheidene aspecten van zoekmachine-optimalisatie en linkkwaliteit meet.

**Organisch:** In zoekmachinemarketing zijn organische resultaten die resultaten die door zoekmachines worden getoond naar aanleiding van een zoekopdracht, in plaats van een betaalde advertentie.

**Overhead:** De terugkerende kosten in verband met het runnen van een bedrijf.

**PageRank:** Het page-ranking systeem van Google dat de nadruk legt op binnenkomende links om te bepalen hoe belangrijk een bepaalde website is. Een PageRank kan worden uitgedrukt in getal tussen 0 en 10, of tussen 0 en 100.

**Patent:** Bescherming van sommige vormen intellectueel eigendom dat exclusief recht geeft op het maken, gebruiken of verkopen van een uitvinden gedurende een bepaald aantal jaren.

**PayPal:** PayPal, dat in 1998 werd opgericht, is een vooraanstaand

internationaal betaalmiddel. PayPal kan betalingen voor retailers afhandelen.

**Pay Per Click (PPC):** Een online advertentiemodel waarbij adverteerders alleen betalen als een potentiële klant op een advertentie klikt en naar de website van de adverteerder wordt doorverwezen. Een voorbeeld is Google Adwords.

**Reseller:** Een bedrijf dat goederen of diensten inkoopt met het doel ze door te verkopen in plaats van ze zelf te gebruiken.

**Retailer:** Een bedrijf dat zijn diensten of producten direct aan consumenten verkoopt.

**Social Media:** Internet tools of websites die het delen van content, meningen, links, afbeeldingen of video's tussen mensen mogelijk maken.

**Social Media Marketing:** Een onderdeel van internetmarketing die zich richt op het promoten van producten of diensten via de social media. Het kan worden gezien als de internetversie van mond-op-mond reclame.

**Split Testing:** In online marketing, een testmodel waarbij tegelijkertijd twee variabelen worden getest (vaak A en B genoemd) om vast te stellen welke versie van een website, online advertentie of productontwerp het beste scoort.

**Spoedverzending:** Een optie waarbij een bestelling versneld wordt afgehandeld. Klanten betalen vaak meer om ervoor te zorgen dat ze hun bestellingen sneller ontvangen.

**Trackingnummer:** Een alfanumerieke code die vervoerders als FedEx of TNT Post aan een specifieke zending toewijzen, om het makkelijker te maken om die zending te volgen.

**Uitbesteden:** Het proces waarbij externe organisaties worden ingehuurd om bepaalde activiteiten uit te voeren.

**Verticaal:** Een segment dat bestaat uit vergelijkbare bedrijven en klanten.

**Verzending:** Het fysiek versturen van een besteld product van één plak, bijvoorbeeld een voorraadmagazijn, naar een bestemming, bijvoorbeeld het huisadres van een klant.

**VoIP (Voice over Internet Protocol):** Een verzameling technologieën die stem interactie mogelijk maken via internet, in plaats van traditionele telefoonlijnen.

**Voorkeursleverancier:** Sommige bedrijven wijzen voorkeursleveranciers aan, en moedigen hun inkopers aan om bestelling van bepaalde producten zoveel mogelijk bij die leveranciers te plaatsen. Als de inkoper een grote organisatie is, dan kan deze voorkeur voor een leverancier extra inkomsten opleveren.

**Voorraadketen:** Een netwerk of stelsel van bedrijven die zijn betrokken bij het verplaatsen van een product, van fabricage tot aan de eindklant. In online marketing zijn dit vaak de fabrikant en de distributeur van een product.

**Voorraadkosten:** Kosten die aan klanten in rekening worden gebracht wanneer ze een bestelling retourneren. Vaak worden de kosten in mindering gebracht op het terug te storten bedrag.

**Webverkeer:** Het aantal bezoekers van een bepaalde website of -pagina.

**Winstmarge:** Het verschil tussen wat een retailer betaalt voor een

product en wat zijn klanten vervolgens voor dat product betalen. Het berekenen van de marge kan plaatsvinden alleen op basis van de kosten van de verkochte producten, maar kan ook overhead en andere variabele kosten meenemen in de berekening.

**XML:** De eXtended Markup Language (XML) is een internet standaard die wordt gebruikt om tekstdocumenten te coderen en annoteren. XML wordt vaak gebruikt in product feeds.

**Zoekmachinemarketing:** Online marketing dat tot doel heeft de zichtbaarheid van een website in de zoekmachineresultaten te verhogen door de website te optimaliseren voor indexering en via betaalde advertenties.

**Zoekmachine-optimalisatie:** Het proces waarbij een website wordt aangepast zodat het makkelijker is voor de zoekmachines om de site te indexeren en categoriseren.

**Zoekmachinepagina:** Een pagina in een zoekmachine met resultaten van een bepaalde zoekopdracht.