

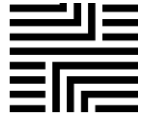
shopping  
tomorrow



# Shopping Tomorrow



shopping  
tomorrow



NEWCRAFT

Expertgroep Marketplaces

# De plaats van marketplaces in het veranderende retaillandschap

# DPDgroup in Europe: 1st deferred road network

The fastest growing player in B2C & listed top three in 15 European countries

shopping  
tomorrow

Presence in Europe  
(Number of countries)

26

Overall European CEP  
market (in volume)

12.9%

2017 intra-European  
volumes growth

+18.6%

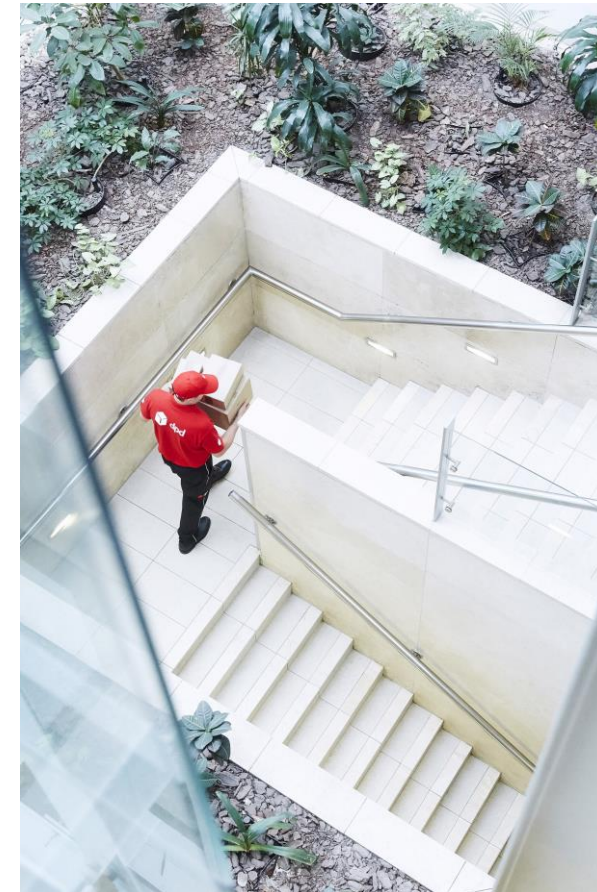
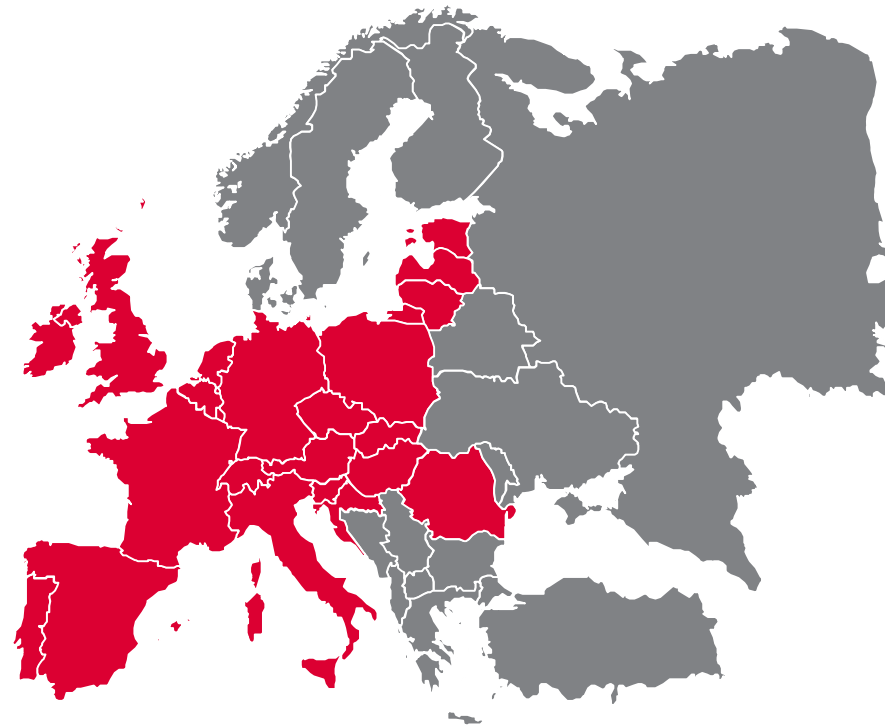
Cross border road  
network in Europe

#1



Majority shareholding

Partnership



\*Position in revenue 2016

## ACCELERATION CONSULTANCY

ACCELERATION  
STRATEGIES

GROWTH PROPOSITIONS

DIGITAL CHANNEL  
DEVELOPMENT

DATA DISCOVERY

## DIGITAL MARKETING

GOOGLE CENTRE  
OF EXCELLENCE

SALESFORCE CENTRE  
OF EXCELLENCE

CONVERSION  
OPTIMIZATION

UX & PERSONALIZATION

CONTENT MARKETING  
& SEO

## DATA SCIENCE

DATA MANAGEMENT

DATA MODELING  
& PREDICTIVE ANALYTICS

MARKETING AUTOMATION

BUILDING DIGITAL CAPABILITIES



# Expertgroep Marketplaces

shopping tomorrow



PETROL INDUSTRIES



PEPSICO



MARS



INGRAM MICRO

PHILIPS Lighting

signify

effectconnect

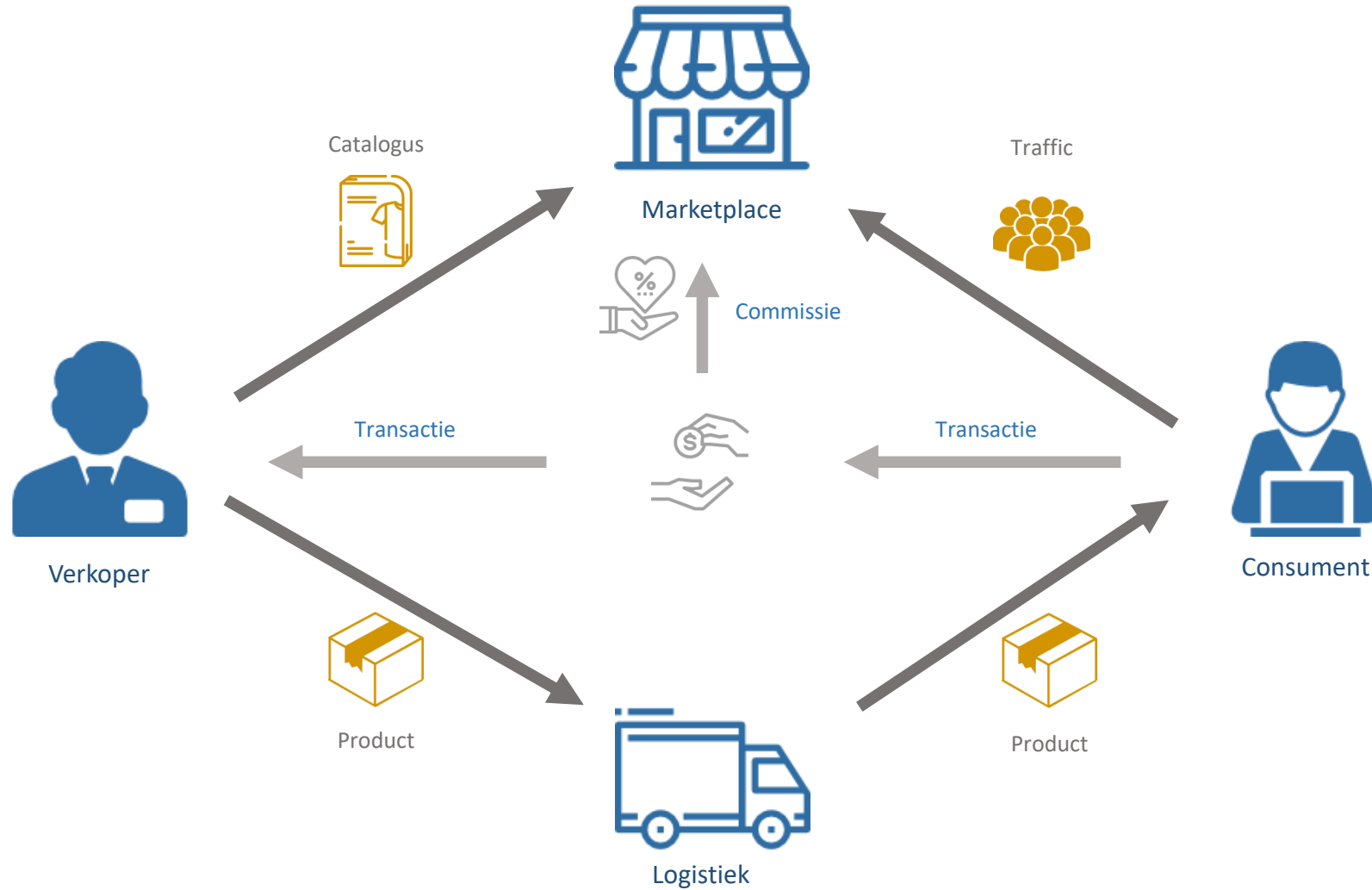
MEDION

nexmart  
Simply eBusiness



- De opkomst van marketplaces
- Eerste inzichten expertgroep
  - Strategie
  - Organisatie & Fulfillment
  - Dagelijkse operatie
  - Data & Inzichten
- Stay tuned

# Wat is een marketplace?



# Het eCommerce kwadrant

Afweging tussen Bereik en Controle & Inzicht

shopping  
tomorrow

## Bricks & Clicks

Traditionele (offline) retailers die online actief worden

## Pure players

Traditionele online retailers die online accelereren

## Marketplaces

Snel groeiende online platforms met veel traffic

## D2C

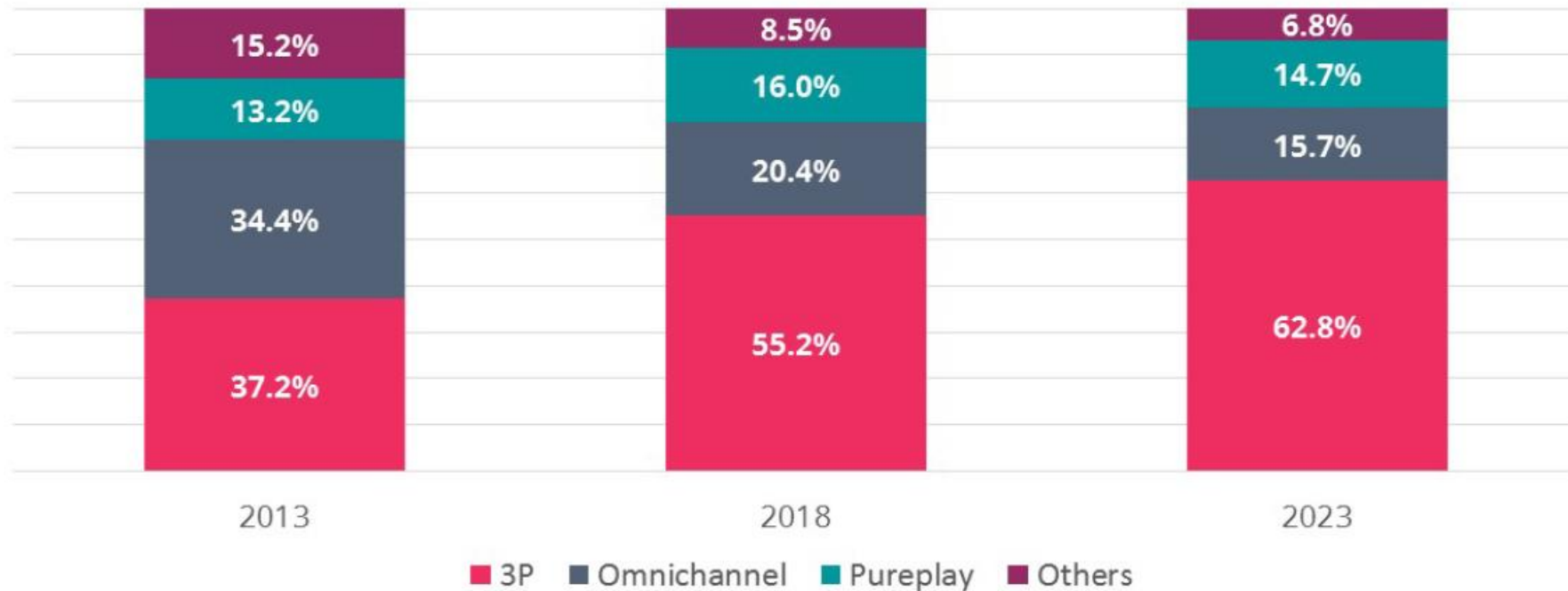
Eigen webshop





# Marketplaces groeien exponentieel

Global Ecommerce GMV Structure by Business Model, 2013-2023 (%)



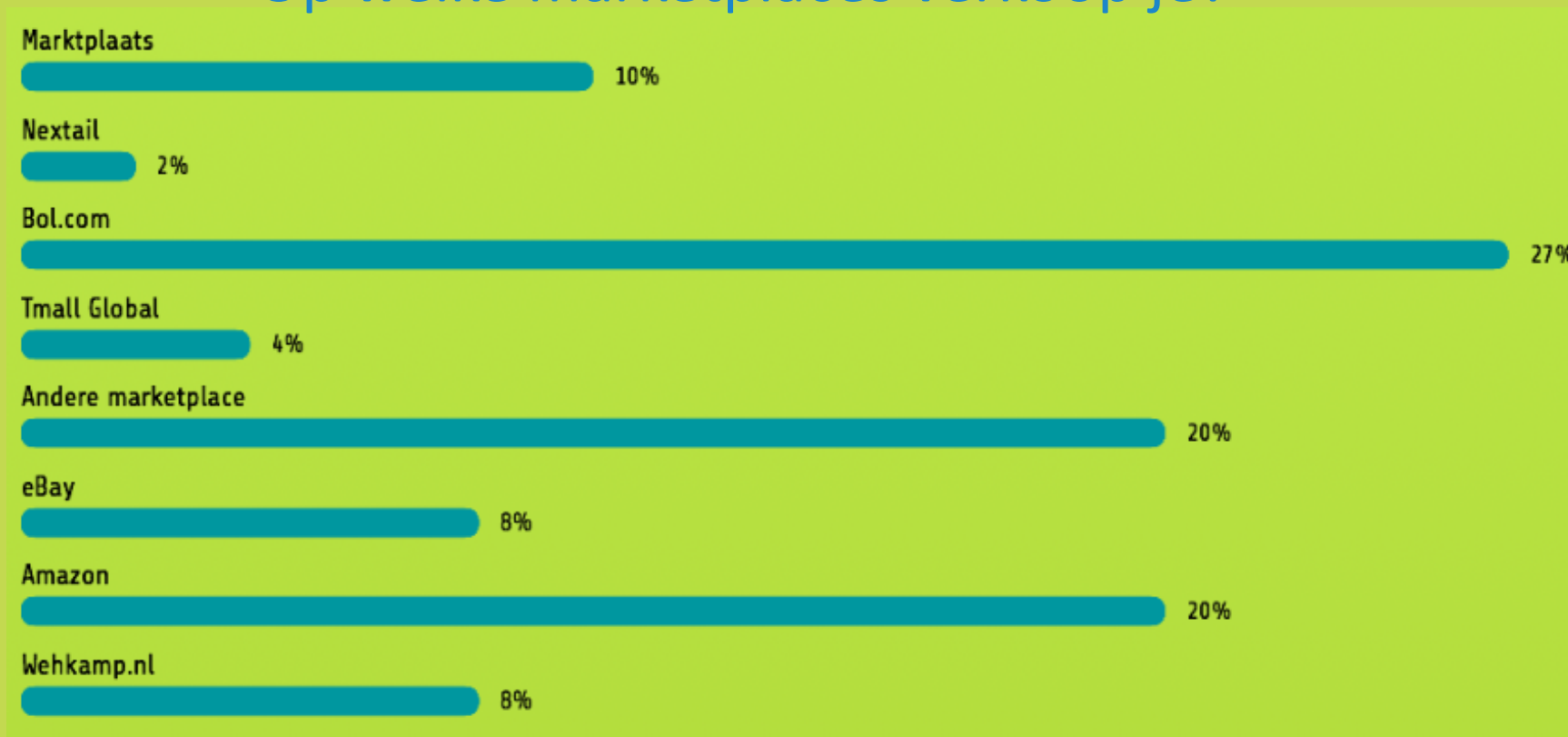
Source: PlanetRetail RNG, Retail Market Monitor 2018

# Resultaten uit het Abbi marketplaces onderzoek



# Bol.com "marktleider" binnen de actieve marketplace verkopers in de Abbi community

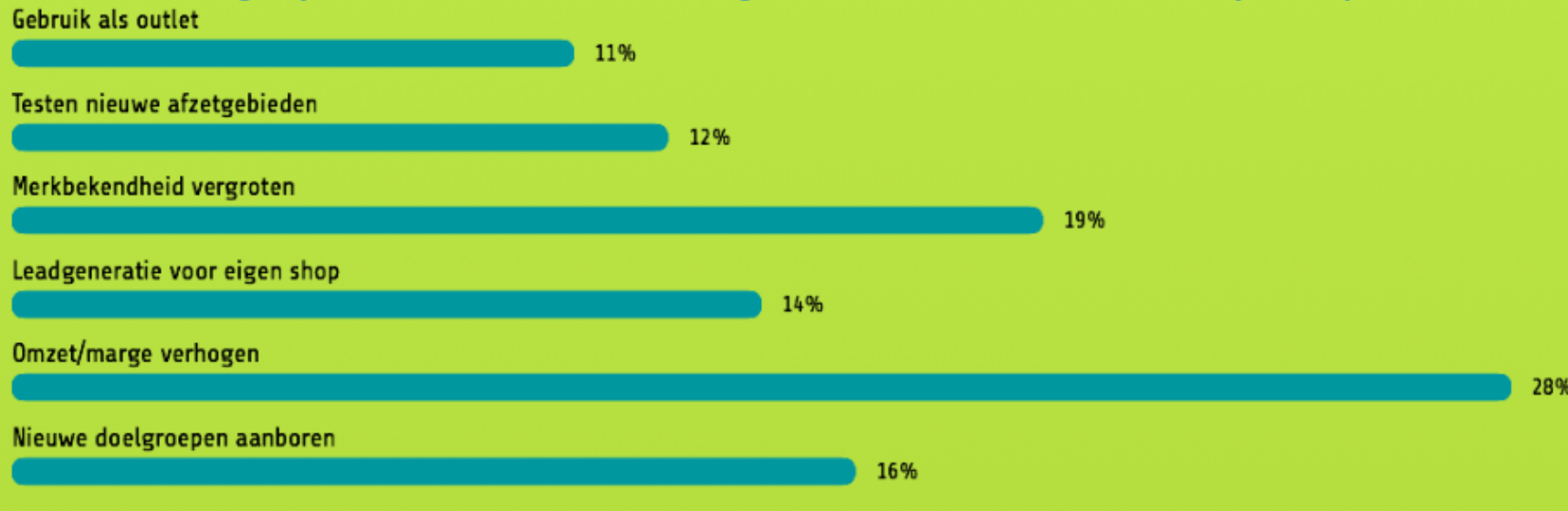
## Op welke marketplaces verkoop je?



Source: Abbi Insights

# Omzet verhogen belangrijkste doelstelling

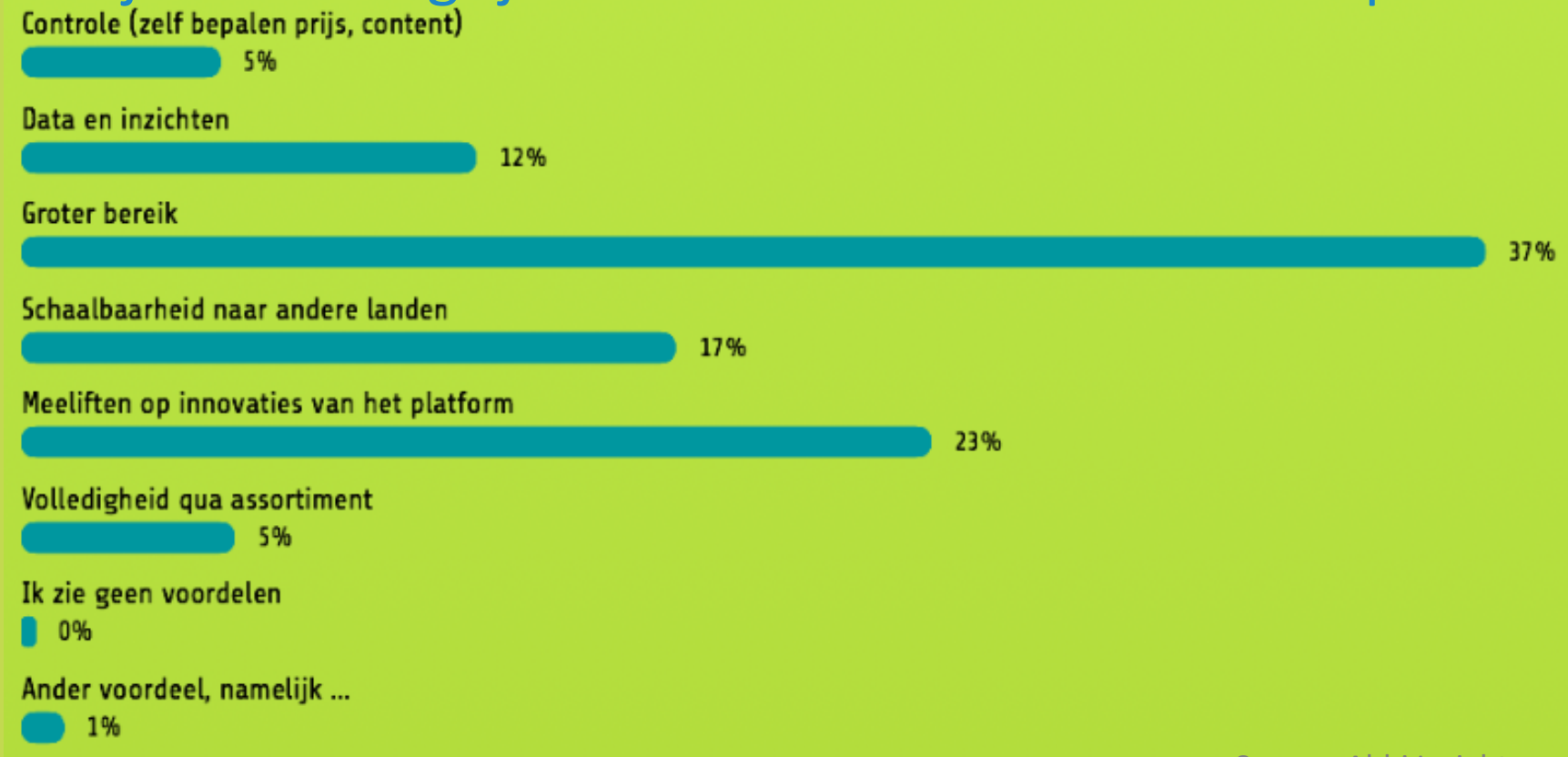
Wat zijn de belangrijkste doelstellingen om actief te zijn op een marketplace?



Source: Abbi Insights

# Groter bereik voornaamste pluspunt

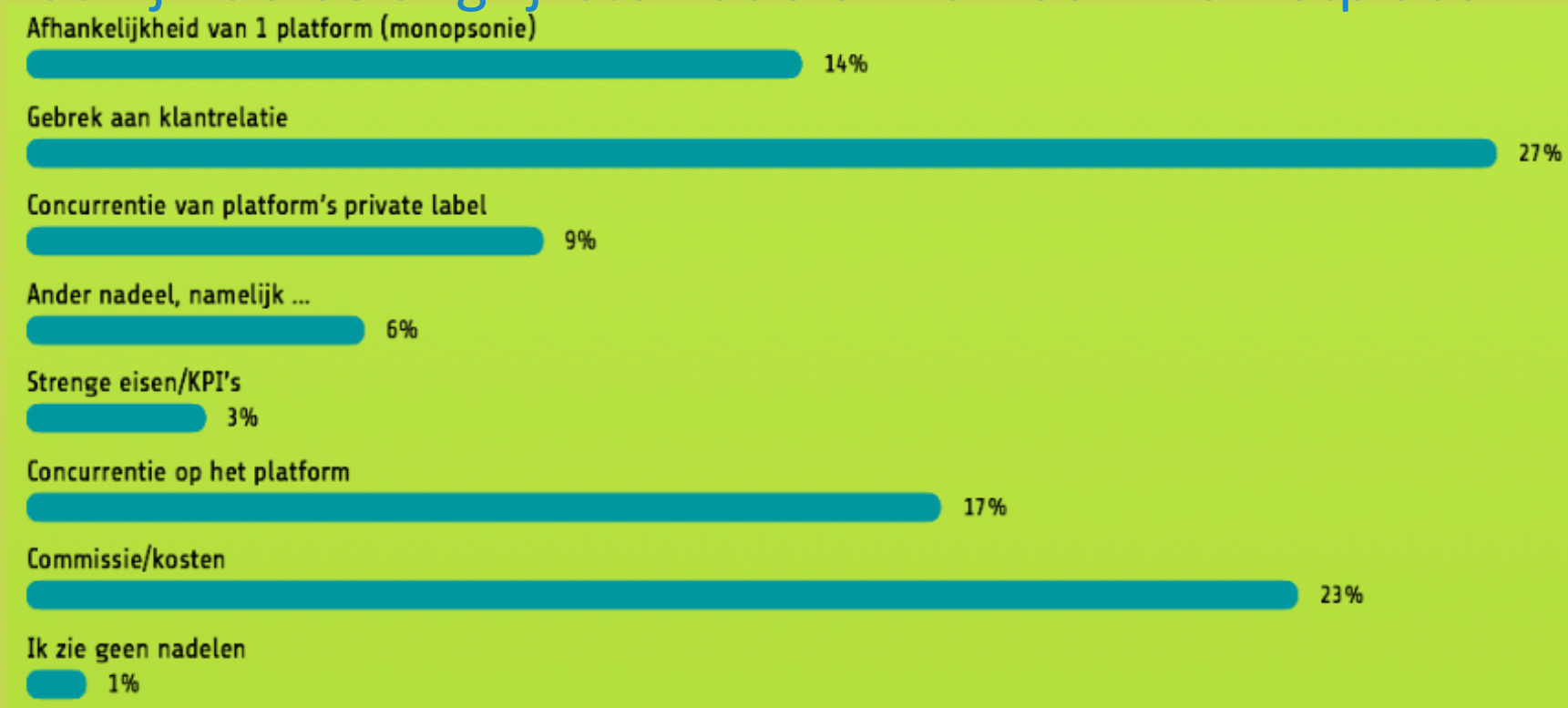
Wat zijn de belangrijkste voordelen van een marketplace?



Source: Abbi Insights

# Maar klantrelatie is een gemis

## Wat zijn de belangrijkste nadelen van een marketplace?

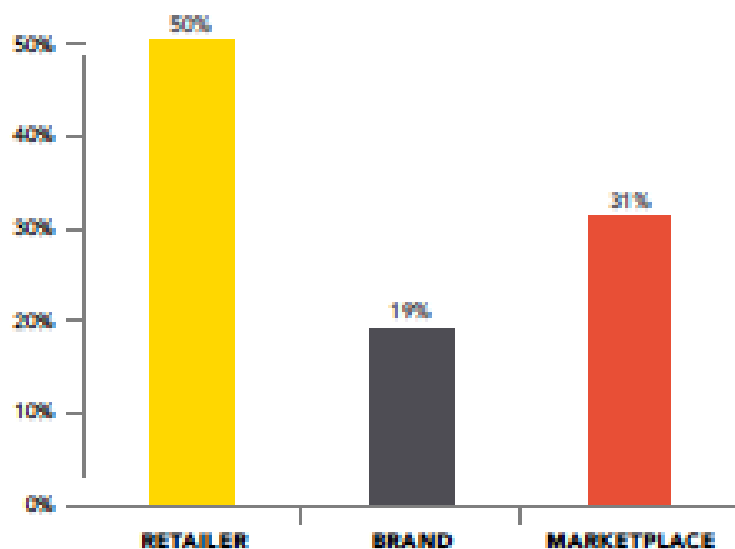


Source: Abbi Insights

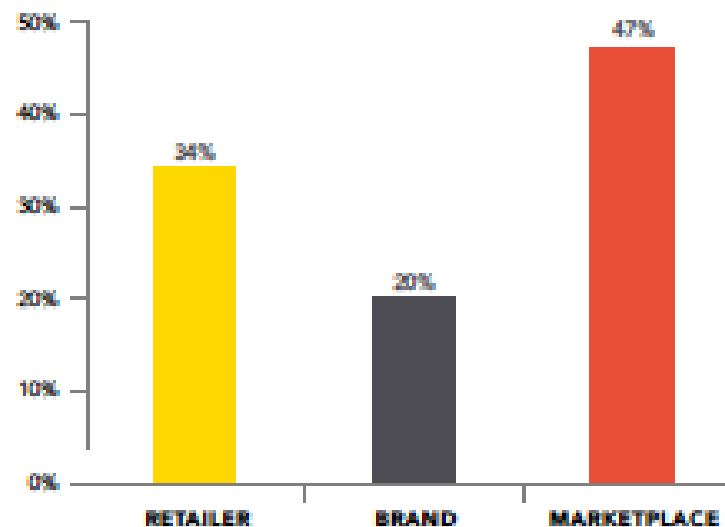
# Terwijl herhaalaankopen juist vaker via een marketplace plaatsvinden

## MARKETPLACES DOMINATE FOR REPEAT PURCHASES

While 50% of shoppers choose retailers for the first purchase...

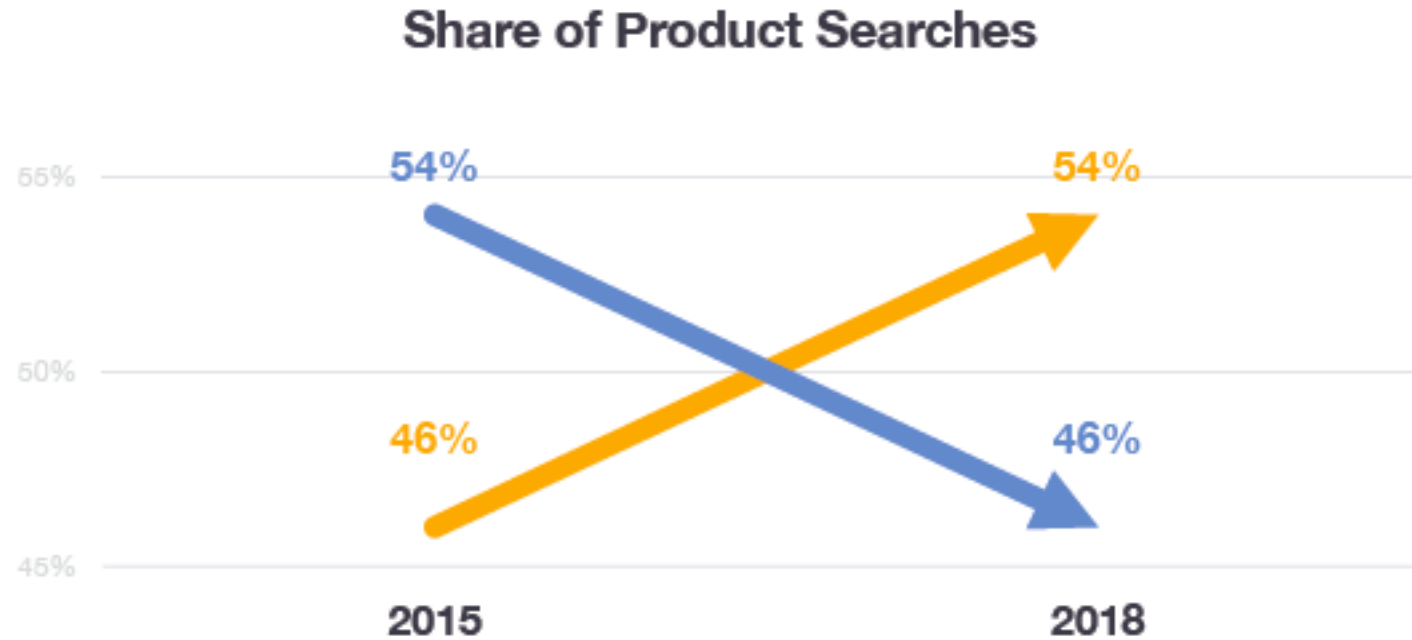


...Repeat purchases go disproportionately to online marketplaces.



Source: Salesforce

# En het zoekproces steeds vaker begint op een marketplace



Source: Jumpshot



shopping  
tomorrow



NEWCRAFT

Expertgroep Marketplaces

# De plaats van marketplaces in het veranderende retaillandschap

## Wat is het belang van marketplaces binnen je e-commerce strategie?

Hoe positioneer je dit in je channel mix?

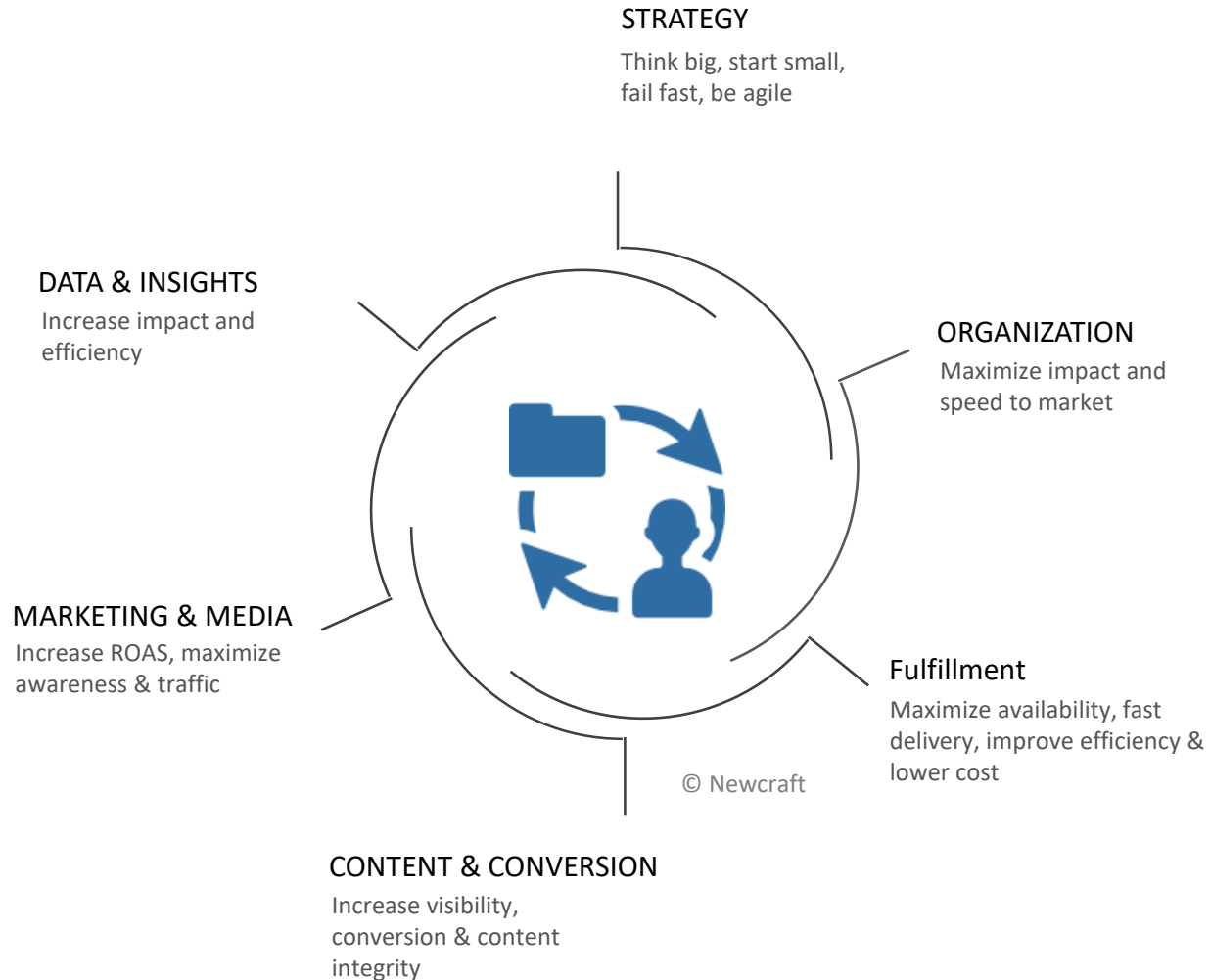
Hoe richt je je organisatie daarop in?

Hoe haal je het maximale uit een marketplace?

# Het marketplace spectrum

Continu samenspel van verschillende facetten

shopping  
tomorrow



# Wat wil je bereiken via marketplaces?

Omzet

Merkbekendheid

Outlet

Leadgeneratie

Nieuwe afzetgebieden

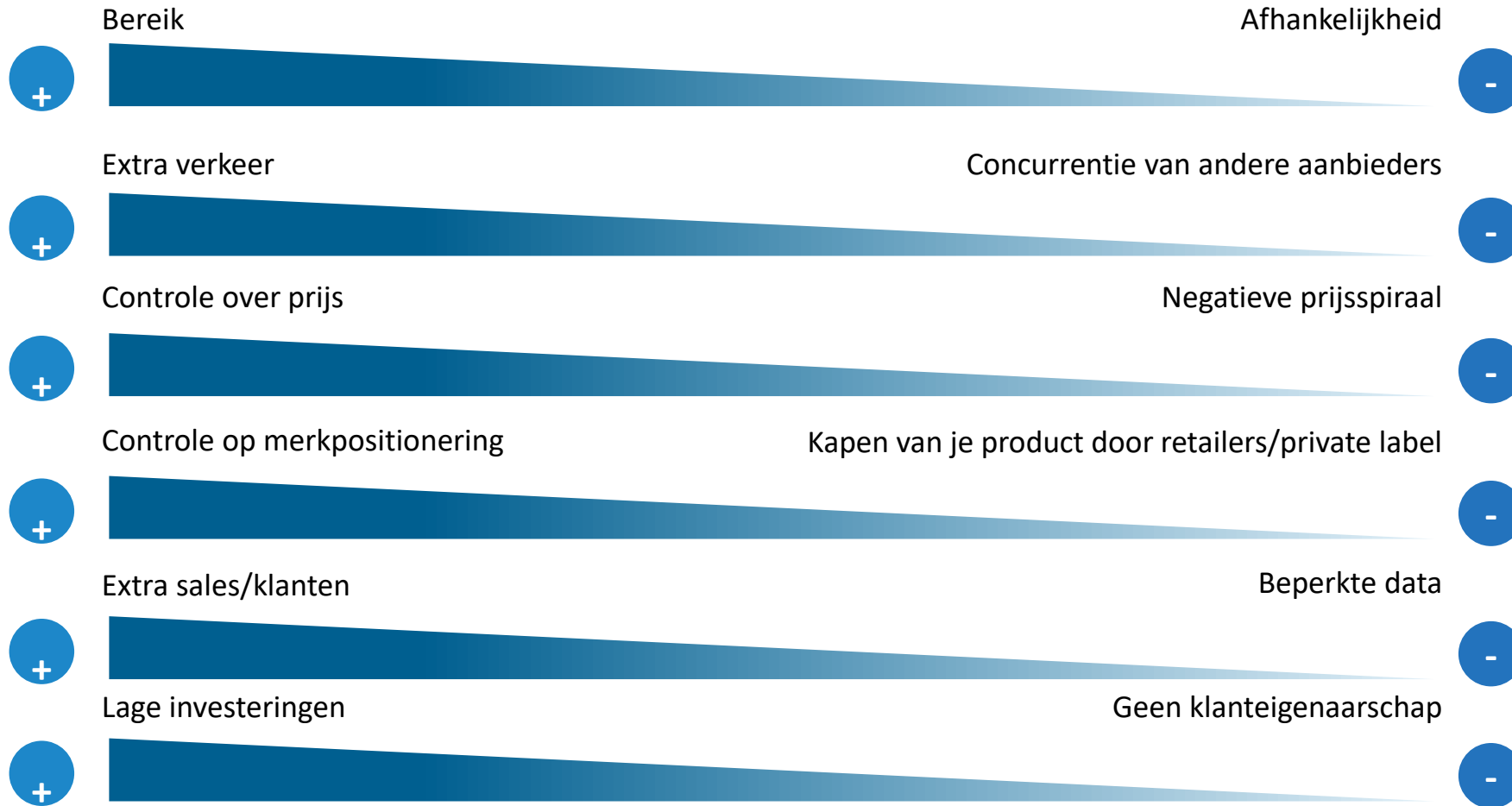
Nieuwe doelgroepen

Nieuwe proposities

Meeliften innovatie

Concurrentie

# Is het je het waard?



# Is je organisatie er klaar voor?

	MVP	Ideaalbeeld	Hoe?
<b>Voorraad en orderafhandeling</b>	Handmatige fulfillment, eigen voorraad. Kleine selectie producten	Betrouwbare forecasting (ism marketplace), dedicated voorraad	Eigen beheer vs uitbesteed aan fulfillment partner of MP
<b>IT</b>	Geen integratie met platform, verkoopdashboard van MP	Geautomatiseerde koppelingen tussen MP en eigen systemen	Gespecialiseerde integrators met kennis van de verschillende MPs
<b>Marketing &amp; Sales</b>	Producten listen zonder ondersteuning. Basis content, minimale vereisten	MP specifieke content, constante optimalisatie, inzet van platform marketing tools	Uitgebreide media & marketing middelen van de MP
<b>Data &amp; Inzichten</b>	Orderaantallen en verkooprotatie	Data gedreven KPIs op alle onderdelen	Met technologie MP data en inzichten processen optimaliseren
<b>Personeel</b>	1 persoon die alles beheert	Hybride team van specialisten en MP samenwerking	Vanuit eigen deelgebied kennis & training op snel veranderende MP dynamiek

# Live!

En nu?

# Wees onderscheidend en alert





# Begrijp wat er gebeurt en speel erop in



# Tip van de sluier

- Vorm je organisatie rondom de belangrijkste marketplaces en investeer in strategische partnerships.
- Elk kanaal is uniek en elke marketplace heeft specifieke eigenschappen. Anticipeer daarop.
- Maak gebruik van de beschikbare tools om je bereik en inzicht op het platform te vergroten.
- Begrijp de dynamieken per marketplace rondom zoekresultaten, content kwaliteit, reviews en (lever-) prestaties.
- Leer van de data om je propositie en assortiment aan te scherpen voor maximaal succes.
- Zie marketplaces niet als geïsoleerd kanaal. Integreer het in je kanaalmix en versterk je totale shopper journey.

Hoe? Wordt vervolgd in de blueprint!

shopping  
tomorrow



Expertgroep Marketplaces

# Vragen?

shopping  
tomorrow



# Shopping Tomorrow

