



Expertgroep Marketplaces

**De plaats van marketplaces in
het veranderende retaillandschap**



Emile Valkestijn - Head of Marketplaces

2016 NEWCRAFT

2016 ShoppingTomorrow

2006 Bol.com

2003 KPN (Planet Internet)



kpn



emile.valkestijn@newcraftgroup.com



www.linkedin.com/in/emilevalkestijn

Vandaag: Inzichten expertgroep marketplace & case marketplaces Petrol Industries



2019

shopping
tomorrow

WINDOW
to the
WORLD2019
editie
5*Verleg je grenzen*

Geschreven door 630 experts van ShoppingTomorrow

2019

shopping
tomorrow

Expertgroep Marketplaces

Verkopen via marketplaces? Zo doe je dat!

Hoe start je op een marketplace en wat zijn de afwegingen die je daarbij maakt?

1. Positionering aan de hand van het e-commerce kwadrant
2. Voordelen vs. nadelen van het inzetten van een marketplaces
3. Doelstellingen marketplace bepalen
4. Impact op de organisatie
5. De rol van data
6. Technische koppelingen
7. Aan de slag!

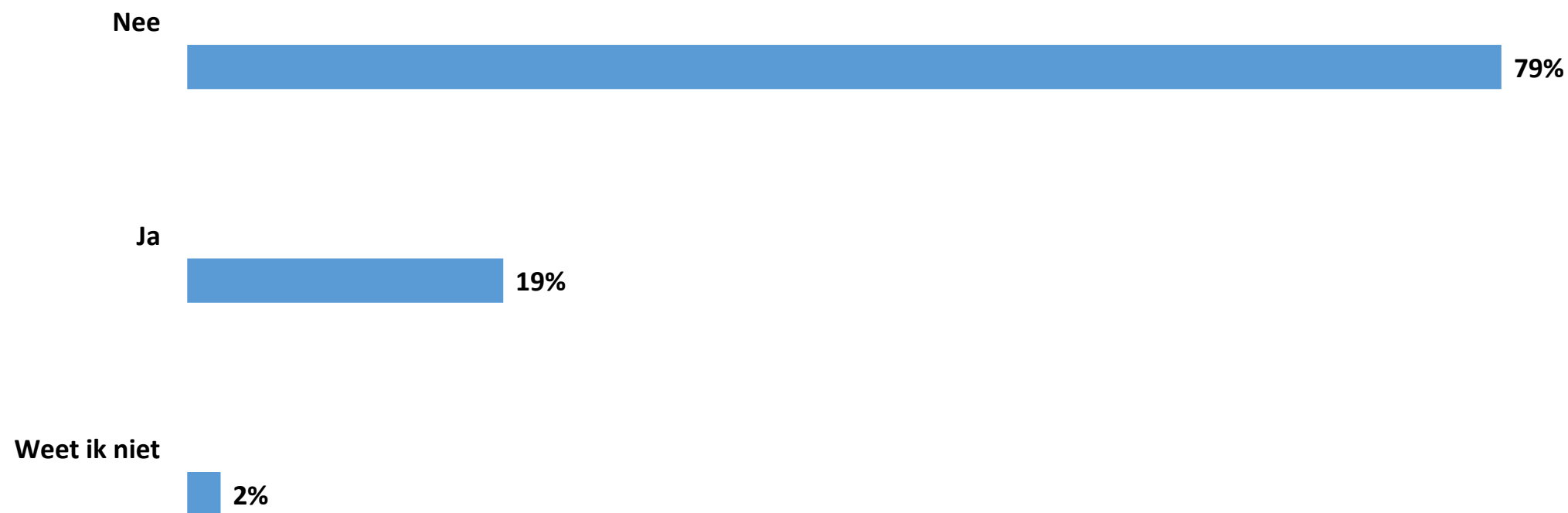
Vraag: Ben jij als seller actief op een marketplace?



JA

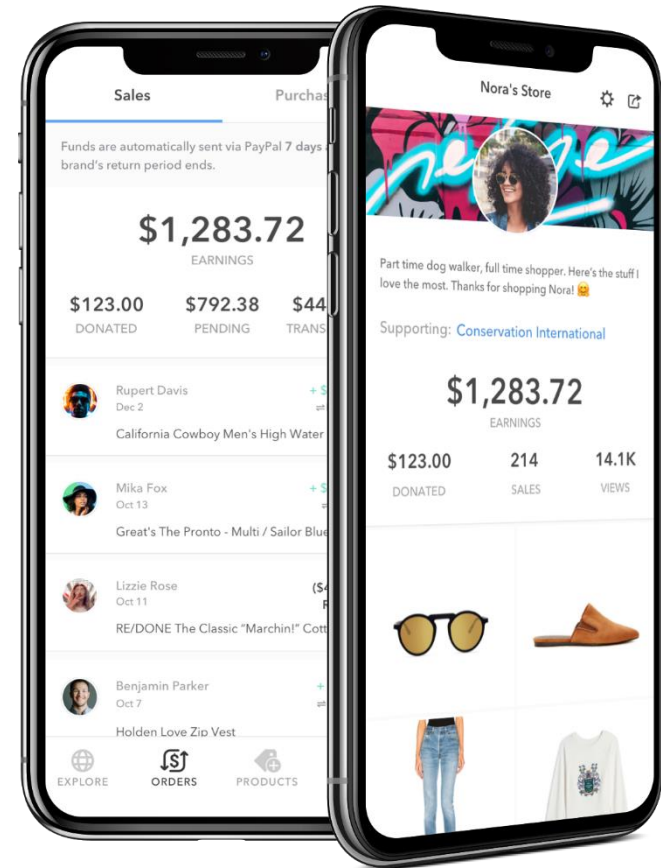
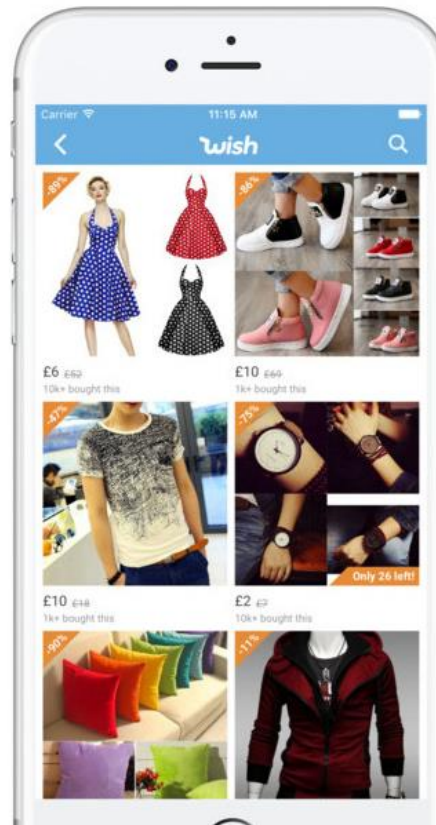
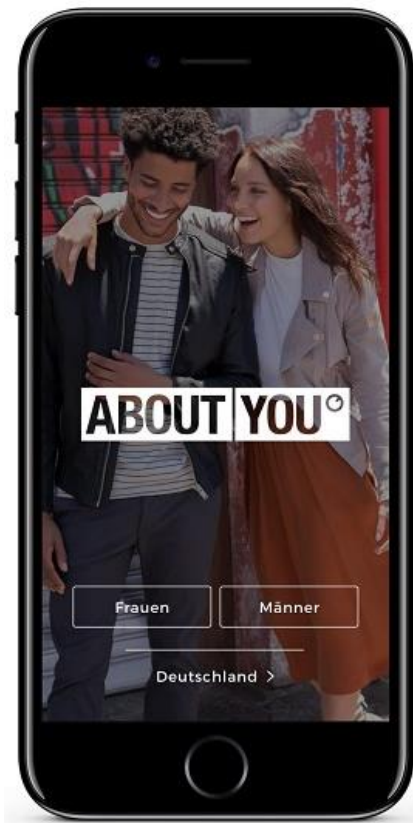
NEE

>75% van de Shopping Tomorrow experts verkoopt (nog) niet via marketplaces!



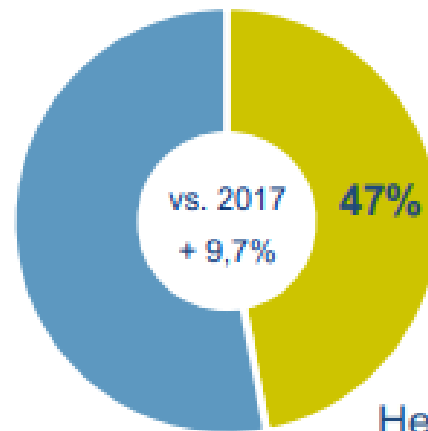
Marketplaces spelen een steeds belangrijker rol binnen het ecommerce landschap

FORRESTER® '65% of B2C ecommerce sales driven by Marketplaces in 2022'

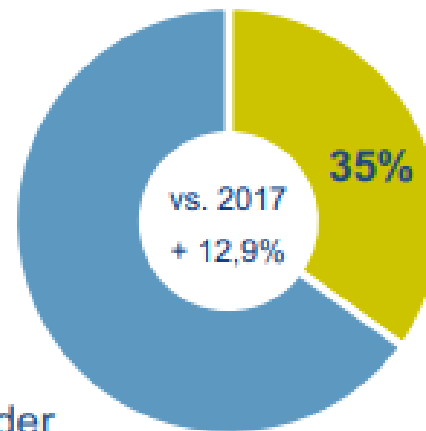


47% van de Duitse e-commerce gaat via marketplaces, overwegend Amazon

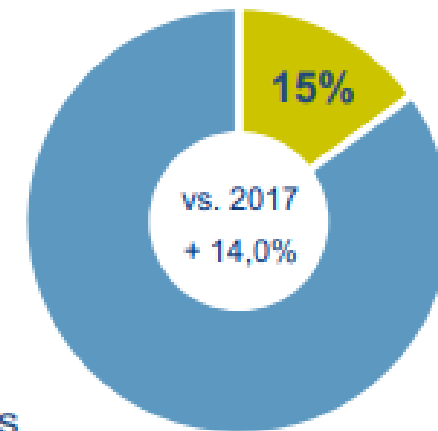
Online-Marktplätze



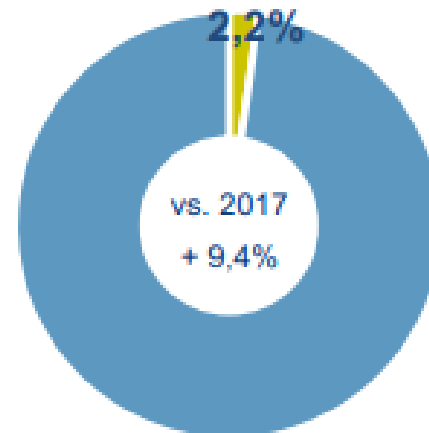
Multichannel *



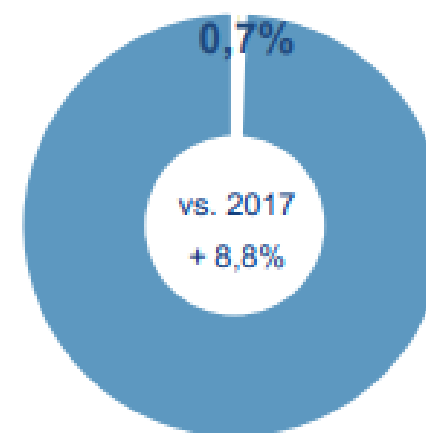
Internet-Pure-Player



Hersteller-Versender



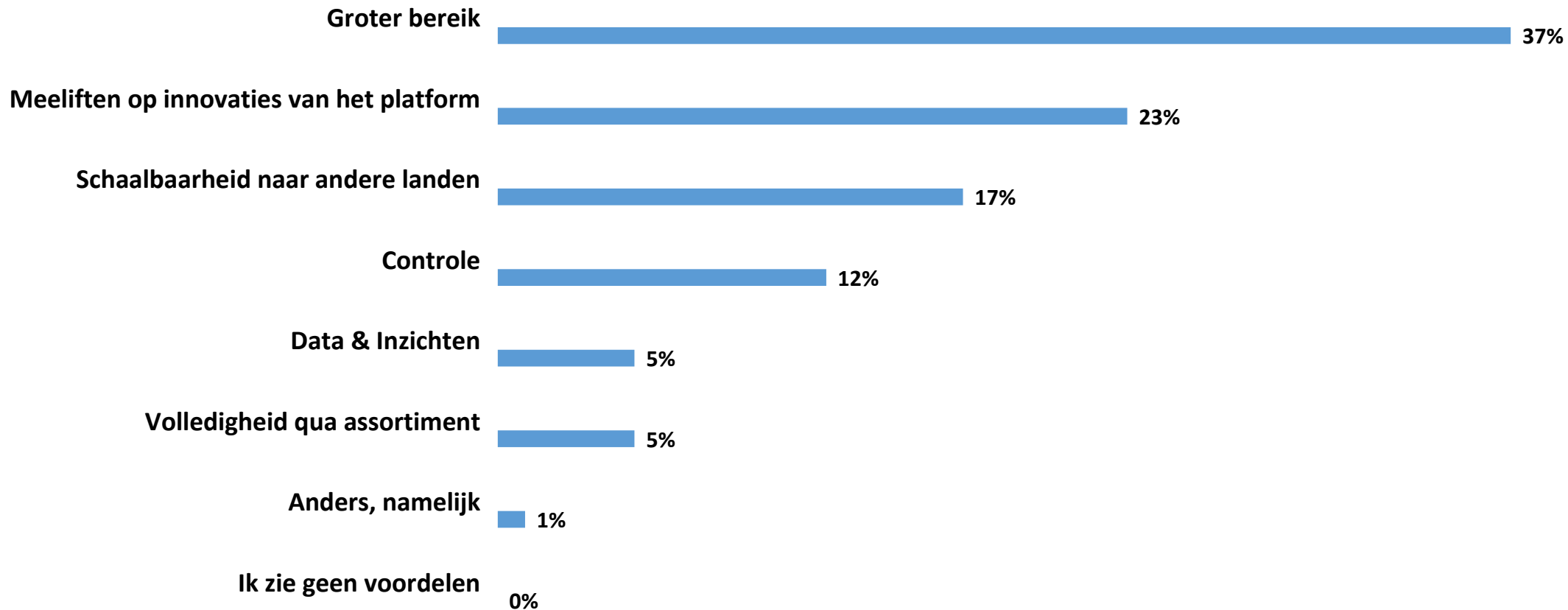
Shopping Clubs



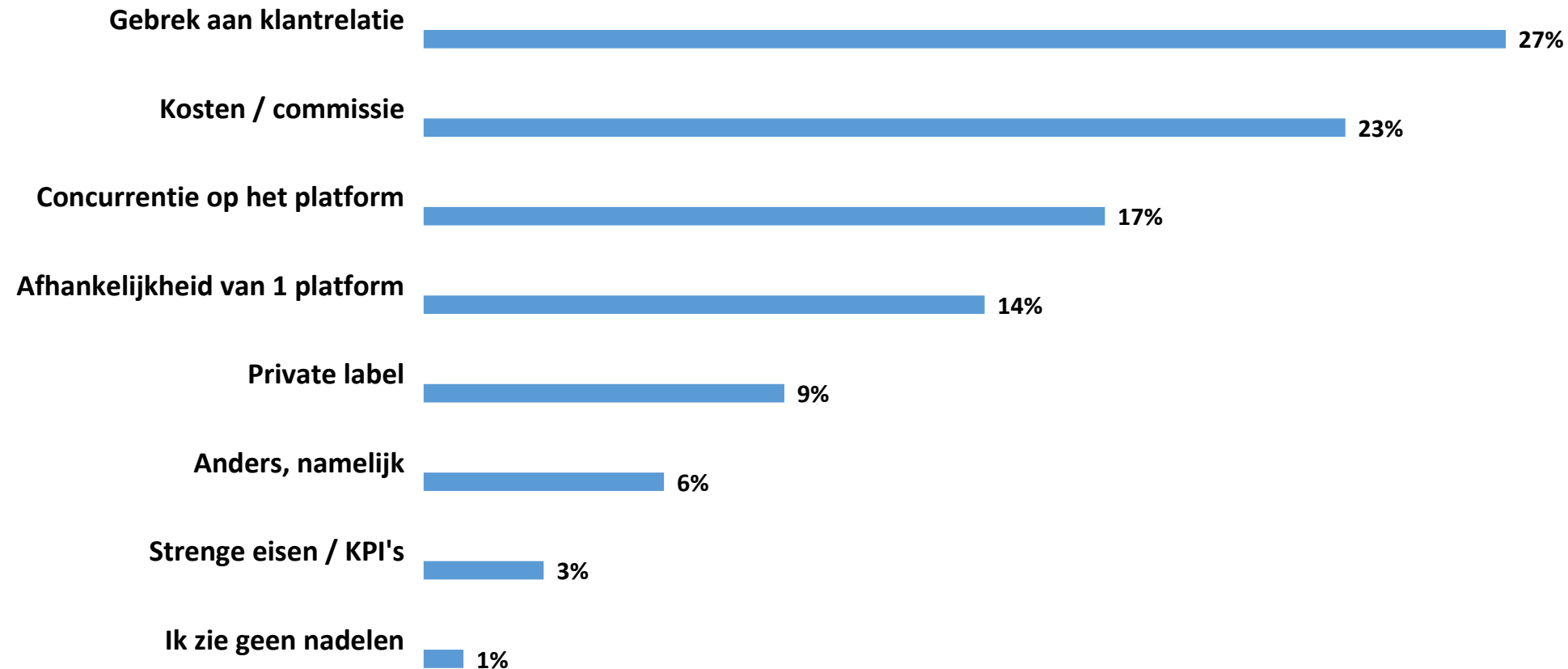
Belangrijkste voordeel: groter bereik



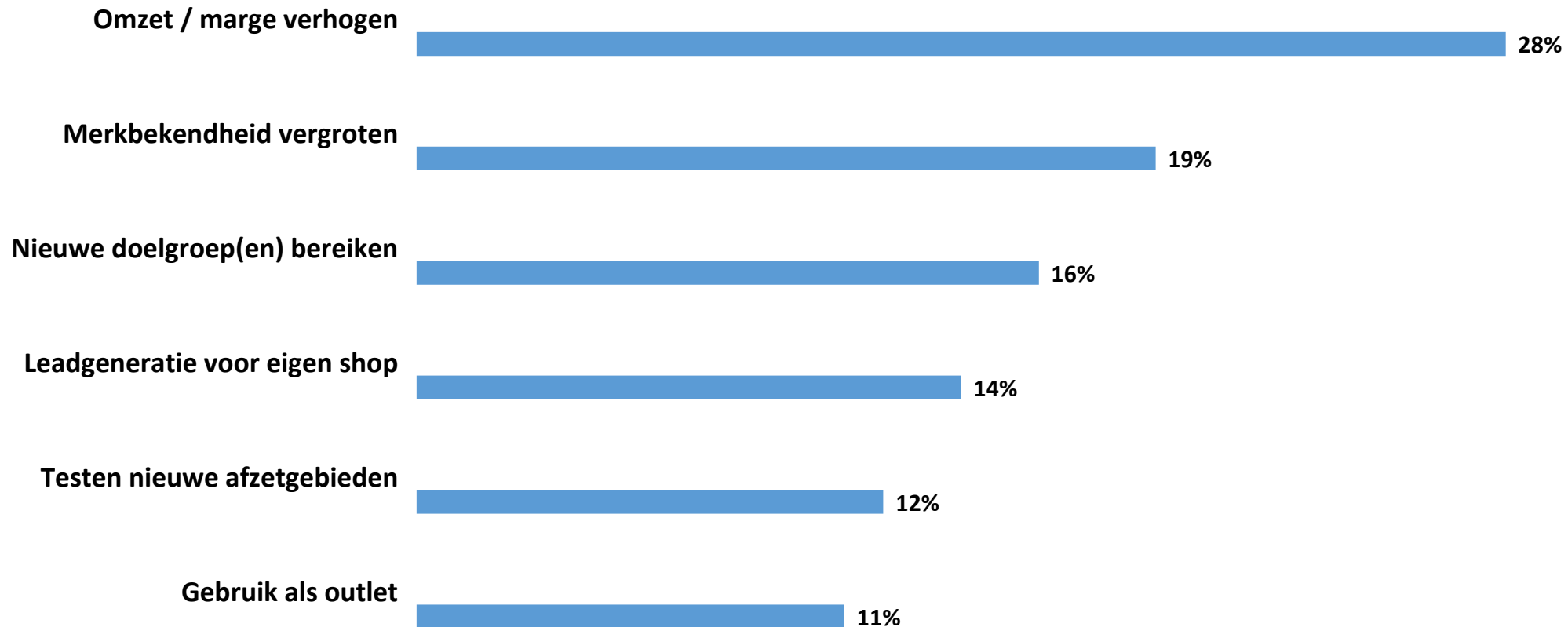
shopping
tomorrow



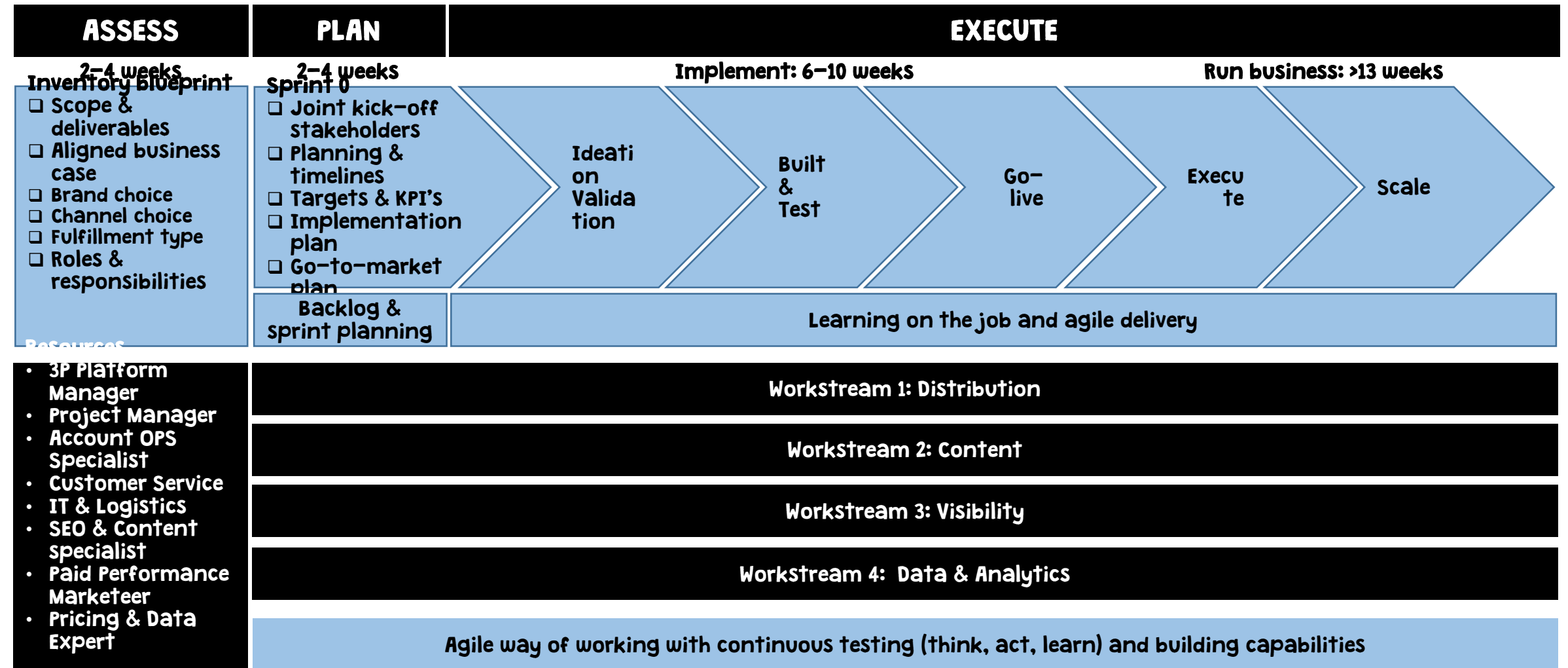
Belangrijkste nadeel: gebrek klantrelatie



Doelstelling: omzet / marge verhoge



Nog niet actief als seller?



Aan de slag!

DISTRIBUTION

availability



KEY ACTIVITIES

- ✓ Inventory management
- ✓ Develop (online specific) assortment
 - ✓ Optimize pricing
- ✓ Manage customer support
- ✓ Manage order / financial flows

CONTENT

conversion



KEY ACTIVITIES

- ✓ Keyword research and expansion
- ✓ Optimize product content (copy & visual)
- ✓ Create variations (upsell & cross sell)
- ✓ Boost customer content (ratings & reviews)
- ✓ Create relevant content (branded & non branded)

VISIBILITY

traffic



KEY ACTIVITIES

- ✓ Run promotions
- ✓ Optimize listing content
- ✓ Run sponsored product campaigns (PPC)
- ✓ Execute display advertisement campaigns
- ✓ Drive traffic from outside

SCALE

reach



KEY ACTIVITIES

- ✓ Geographic expansion
- ✓ Platform expansion
- ✓ New propositions
 - ✓ New brands
- ✓ New business models

ORGANIZATION

- ✓ Capabilities | Hybrid team | Joint goals

DATA

- ✓ Dashboards | Insights | Reports

Van fabrikant naar multichannel retailer – stap 1



Wouter Smeets – E-commerce Manager



2019

Daelmans Group



2018

ShoppingTomorrow



2017-2018

Petrol Industries



2015-2016

ISM eCompany



wouter.smeets@daelmansgroup.com



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

Over Petrol Industries



Een paar feiten:

-  Nederlands denim related kledingmerk voor mannen, kids en sinds 2019 ook vrouwen
-  Verkoop via zo'n 3.500 retailers in heel Europa
-  Sinds 2018 ook aanwezig met **eigen** winkels in Duitsland
-  Pas sinds eind 2015 een eigen webshop
-  Grootste klanten zijn pure players als →   
-  Sinds 2018 op Amazon → Via een Seller Account

‘We are denim driven’

De uitdagingen van het Amazon DE project



Vooraf

- Intern draagvlak
- IT landschap
- Project team

Tijdens

- Testen
- Werkdruk + afleiding
- Assortiment + timing

Na

- Account health
- Order flow issues
- Integratie issues

De uitdagingen VOORAF



Interne uitdagingen:

1. Angst voor ketenconflict

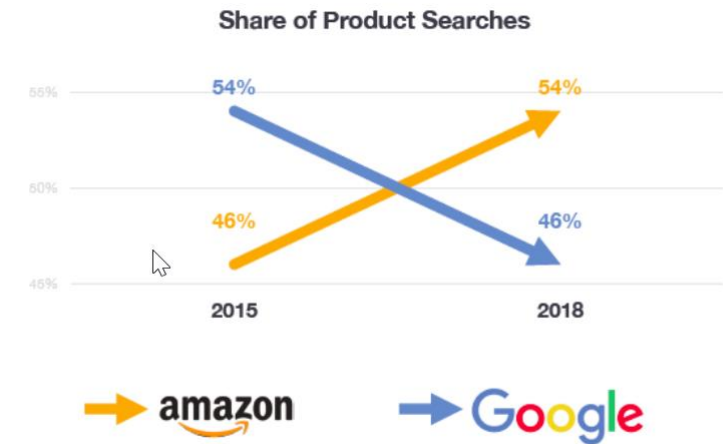
- Het concurrentie veld was ook reeds aanwezig
- Amazon voor groei in DE niet links te laten liggen – goede peilstok in de markt
- Controle krijgen op brand presence gaf de doorslag

2. Traditioneel gedachtegoed

- Directie en MT (traditioneel) en Holding in 1 kamer keuze maken
- Aantonen zoekvolume op merk op kanaal
- Aantonen groei traffic Amazon vs Google

3. Bestaande afspraken

- Onderzoek naar % van de collectie op Amazon
- In gesprek met Amazon Frankrijk en agentschappen
- Laat bestaande afspraken vervagen door het opzetten van een goede business case met een aantal scenario's



'Op marketplaces verdienen je niets'

De uitdagingen VOORAF



Uitdagingen:

IT

- Bestaande processen moeten aangepast – Breng vooraf het beoogde landschap in beeld
- Kies voor leveranciers met ervaring
- Begin tijdig met planning richting huidige leveranciers

Project Team

- Betrek tijdig de verschillende afdelingen: IT, Finance, Logistiek
- Zet alle partijen bij elkaar in een ruimte -> fysiek meeten gaat soms boven digitaal
- Ken je kwaliteiten en stap tijdig uit je rol

‘wanneer je de lopende processen goed kent kun je nadien beter en **gericht** testen’

De uitdagingen TIJDENS



Uitdagingen:

Testen

- Des te uitgebreider je IT landschap, hoe uitgebreider je test-script
- Stel vooraf de customer journey's op die je wil testen
- Zorg voor iedere schakel voor een Key-user
- En laat ze gelijktijdig – in dezelfde ruimte! - testen

Werkdruk + afleiding

- Deadlines vervagen wanneer mensen buiten het e-commerce team andere prioriteiten vanuit hun manager opgelegd krijgen.
- Stem dus vooraf ook met de leidinggevenden af wat je van het projectteam verwacht
- Zorg voor een goed vergaderritme en update op de planning

Assortiment + timing

- Zowel webshop als Amazon gingen uit dezelfde voorraad lopen. Helaas wel met verschillende stock update frequentie.
- Keuze die gemaakt werd is dat bij stock niveau < 2 de voorraad niet op Amazon in de listing terug kwam
- Ga je live tijdens sale of bij start nieuwe collectie? Vanwege het risico (lage marge) gekozen om project zo te plannen dat we met nieuwe collectie live gingen

'Dit doe je er
wel even bij
toch? → tijd
zat nietwaar'

De uitdagingen NA



Uitdagingen:

Account Health

- Kort na livegang issues met late verzendingen
- Aanpassingen in status updates in de integratie noodzakelijk

Order flow issues

- Essentieel NAW velden in de XML van Amazon naar ERP waren niet of verkeerd gevuld.
- Handmatige aanpassingen van de XML waren noodzakelijk

Issues Integratie

- Font set die gebruikt werd vanuit de PIM bevatte geen UTF tekens. Daardoor werden bv woorden met accenten vreemd getoond.
- Listing steeds meer inactief vanwege foto issues. Belangrijkse probleem → eerste foto was niet product op witte achtergrond
- Zorg voor een goede doorontwikkelingsnelheid intern en met de leverancier(s)

‘Eigenlijk begint het echte testen pas live’

Resultaten



Positief

1. Inmiddels veel kennis in huis voor aansluiten andere individuele marketplaces of marketplaces van grote klanten
2. Druk op Customer support leek ontzettend mee te vallen
3. ROI van campagnes erg hoog
4. Bepaalde items verrasten in doorverkoop



Even wennen

1. Het traject voorafgaand aan het project heeft veel tijd en energie gevraagd
2. Ook na livegang nog technisch door ontwikkelen (ipv commercieel aan de slag met het kanaal)
3. Er zal toch echt iemand in het team bijmoeten om een marketplaces strategie succesvol te laten werken binnen de organisatie

‘Denk eens wat meer als een start-up’



Zorg dat jij aan het stuur zit
Of je nu multibrand retailer of merk bent

Tips samengevat



Zorg voor draagvlak binnen de organisatie! Begin op tijd met delen van de plannen en opstellen van een project team



Neem de tijd om vooraf goed te bepalen hoe je het project gaat doen en zorg voor voldoende tijd bij het project team om tijdens het project en na livegang te testen



Besteed genoeg aandacht na livegang aan het kanaal. Het is niet je eigen webshop, dus er zijn regels. 'Amazon is wellicht nog kritischer dan de consument'

Wouter's advies:
Amazon en een
nieuwe webshop
tegelijkertijd
neerzetten is GEEN
goed idee ;)

Vragen?



A background image showing a group of people in a meeting. They are sitting around a white table, looking at documents and using mobile devices. The image is slightly blurred, focusing on the text overlay.

**Deel je kennis in een expertgroep
van ShoppingTomorrow**

DOE MEE!

shopping
tomorrow

Meld je aan
www.shoppingtomorrow.nl/aanmelden