

A woman with blonde hair, wearing a blue pinstripe blazer over a white t-shirt, is sitting at a wooden desk in what appears to be a clothing store. She is looking at a laptop screen with a focused expression, her hand resting on her head. In the background, there are racks of clothes and a green plant on a shelf.

DE 7 BELANGRIJKSTE TIPS VOOR HET SELECTEREN VAN EEN MARKETPLACE

WHITEPAPER

GRATIS DOWNLOAD

Selecteren van een Marketplace

INTRODUCTIE

Welke marktplaats kun je het beste kiezen? Als je de **voordelen van het verkopen via marktplaatsen** kent, zou je je wellicht het liefst bij allemaal aan sluiten.

Echter zijn er veel dingen waar je rekening mee moet houden. Iedere Marketplace heeft zijn eigen systemen, processen en beperkingen. Bepaal met welke marktplaats(en) jij jouw doelgroep (nog) beter kunt bedienen en wat je er uiteindelijk aan over houdt. In deze Whitepaper vind je de belangrijkste criteria waar je rekening mee moet houden bij het maken van je keuze.

1. PRODUCTSOORTEN EN DOELGROEP

Kijk op welke Marketplace jouw doelgroep zich bevindt. Kijk naar je brand image, je product en waarmee je geïdentificeerd wilt worden. Als je bijvoorbeeld een sportschoenenmerk hebt waarvan je wilt dat mensen het niet alleen voor sporten gebruiken, is het niet optimaal om alleen te verkopen op marktplaatsen die zich uitsluitend richten op sporters.

2. MARGES

Kijk op welke Marketplace jouw doelgroep zich bevindt. Kijk naar je brand image, je product en waarmee je geïdentificeerd wilt worden. Als je bijvoorbeeld een sportschoenenmerk hebt waarvan je wilt dat mensen het niet alleen voor sporten gebruiken, is het niet optimaal om alleen te verkopen op marktplaatsen die zich uitsluitend richten op sporters.

3. REGELS

Wat zijn de regels van de Marketplace? Bij Zalando moet je bijvoorbeeld voldoen aan gratis retours, een 100 dagen retourbeleid hebben en verzenden met Hermes.

Amazon heeft weer specifieke regels voor drop shipment. Wil en kun jij aan deze eisen voldoen?

4. LOGISTIEK

Hoe is het logistieke proces van de Marketplace geregeld? Bij, bijvoorbeeld, Bol.com kun je kiezen: je neemt zelf de logistiek in handen of je maakt gebruik van de logistieke diensten van Bol.com.

5. POSITIONERING / SEO

Mensen zoeken tegenwoordig direct op de Marketplace of op zoekmachines naar de artikelen die ze willen. Als de consument bijvoorbeeld een 'wit dames T-shirt' googelt, dan staan Marketplaces zoals Zalando en Wehkamp bovenaan de zoekresultaten. Dat ga je met je eigen webshop op algemene zoektermen niet redden.

Het kiezen van een Marketplace die goed gepositioneerd is in jouw productcategorieën kan jou helpen om een hogere conversieratio te bereiken.

6. BEZOEKERSVOLUME

Het aantal bezoekers dat de marketplace aantrekt is natuurlijk belangrijk. Als je de marketplace hebt gevonden die perfect past bij jouw merk, maar niemand bezoekt de marketplace, dan heb je er niet veel aan. Als je twijfels hebt, vraag dan om actuele gegevens.

7. CONCURRENTIE

Bekijk welke aanbieders er al aanwezig zijn op de verschillende marketplaces. Doe een zoekopdracht bij de verschillende aanbieders om er achter te komen wat er wordt aangeboden, of jouw producten daartussen passen, of je ze op een betere manier kunt aanprijzen en of je de concurrentie wilt aangaan.

CONCLUSIE

Marketplaces dienen als extra verkoopkanaal en een extra kanaal voor brand awareness. Ze hebben tevens een grote invloed op de groei van e-commerce en gaan een steeds grotere rol spelen in het koopbelevens van de consument.

Selecteren van een Marketplace

Het is daarom niet de vraag hoe je marketplaces kunt verslaan, maar hoe je ze kunt inzetten voor je eigen gewin. Zorg ervoor dat je meegaat in de ontwikkelingen. Bij Reflecta adviseren we de meeste van onze klanten dan ook om marketplaces in te zetten in hun channelmix, om hun verkoopkansen te maximaliseren.

Onze marketplace experts helpen je graag met tips en het optimaliseren van je processen. Mail of bel ons vrijblijvend (+31 (0)182 398130).