

ROSES OF E-COMMERCE

IAB NEDERLAND

LEGENDA

Aanvullend op de eerste overzichtskaart van het Nederlandse e-commercelandschap wil de Taskforce E-commerce van IAB Nederland ook inzichtelijk maken hoe de belangrijkste platformen zich tot elkaar verhouden. Dit doen wij aan de hand van de 'roses of e-commerce'.

In deze spindiagrammen zijn een groot aantal bekende Nederlandse platformen opgenomen. De roses zijn opgezet vanuit het perspectief van de verkoper en bieden aan de hand van acht verschillende factoren ondersteuning bij het bepalen van de e-commercestراتيجية. Zo wordt in de roses weergegeven hoe groot een platform is en wat het (mogelijk) biedt voor een verkoper om ermee te werken.

Acht criteria die de score bepalen:

1. Klantbereik en loyaliteit (online)

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- Het aantal visits per maand waarbij similarweb als bron is aangehouden.
- Inschatting van betaald bereik waarbij similarweb als bron is aangehouden.
- Het hebben van een (uitgebreid) klantprogramma.

2. Partner-ecosysteem

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- Het bieden van toegang aan verkopers op het platform.
- Het aantal en de volwassenheid van tools die worden ingezet op het gebied van: integrators, content monitoring, product listing management en algehele performance verkopersaccount.

3. Productaanbod en concurrentie

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- Het aanbieden van uitsluitend een breed assortiment, gebaseerd op het aantal productcategorieën van een platform. Hierbij groeperen we bijvoorbeeld 'alles met een stekker' tot het segment 'elektronica'. En groeperen we dames-, heren- en kinderkleding en -schoenen tot het segment 'kleding'. Derhalve kunnen platformen als Coolblue en Zalando een lagere score hebben op de breedte van het assortiment.
- De onderlinge concurrentie tussen verkopers. Hoe meer verkooppartners, hoe hoger de score. In de praktijk betekent dit dan ook meer concurrentie.

4. User experience

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- De kwaliteit van de getoonde productresultaten op basis van site search.
- De kwaliteit van de productdetailpagina's.
- De gebruiksvriendelijkheid van de app en het niveau van de mobile experience.
- De cart to payment-ervaring.
- De mogelijkheid om een merk- of verkoperspagina aan te maken.

5. Customer expectations

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- De kwaliteit van het productaanbod.
- De snelheid en kwaliteit van de klantenservice.
- De opties en service bij retourneren.
- De mate van kopersbescherming.

6. Fulfilment

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- Het beschikbaar stellen van opslagcapaciteit voor de verkopende partij.
- Lokale en internationale dekking van Distributie Centra (DC's).
- De snelheid en kwaliteit van (last mile) leveringen.

LEGENDA

7. Insights en analytics

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- De beschikbaarheid van data en inzichten via API's voor verkopers om actief te kunnen sturen op performance (BI).

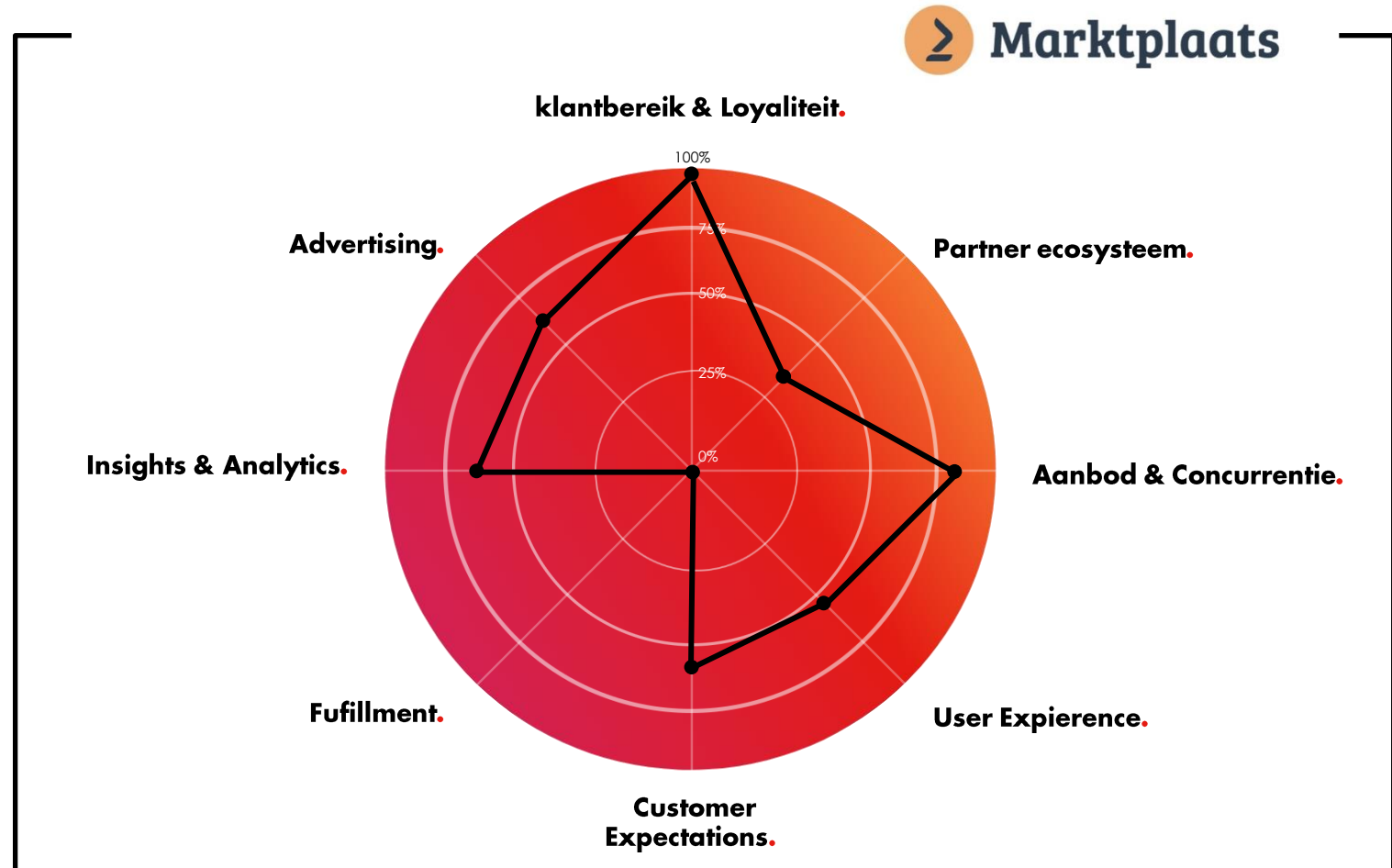
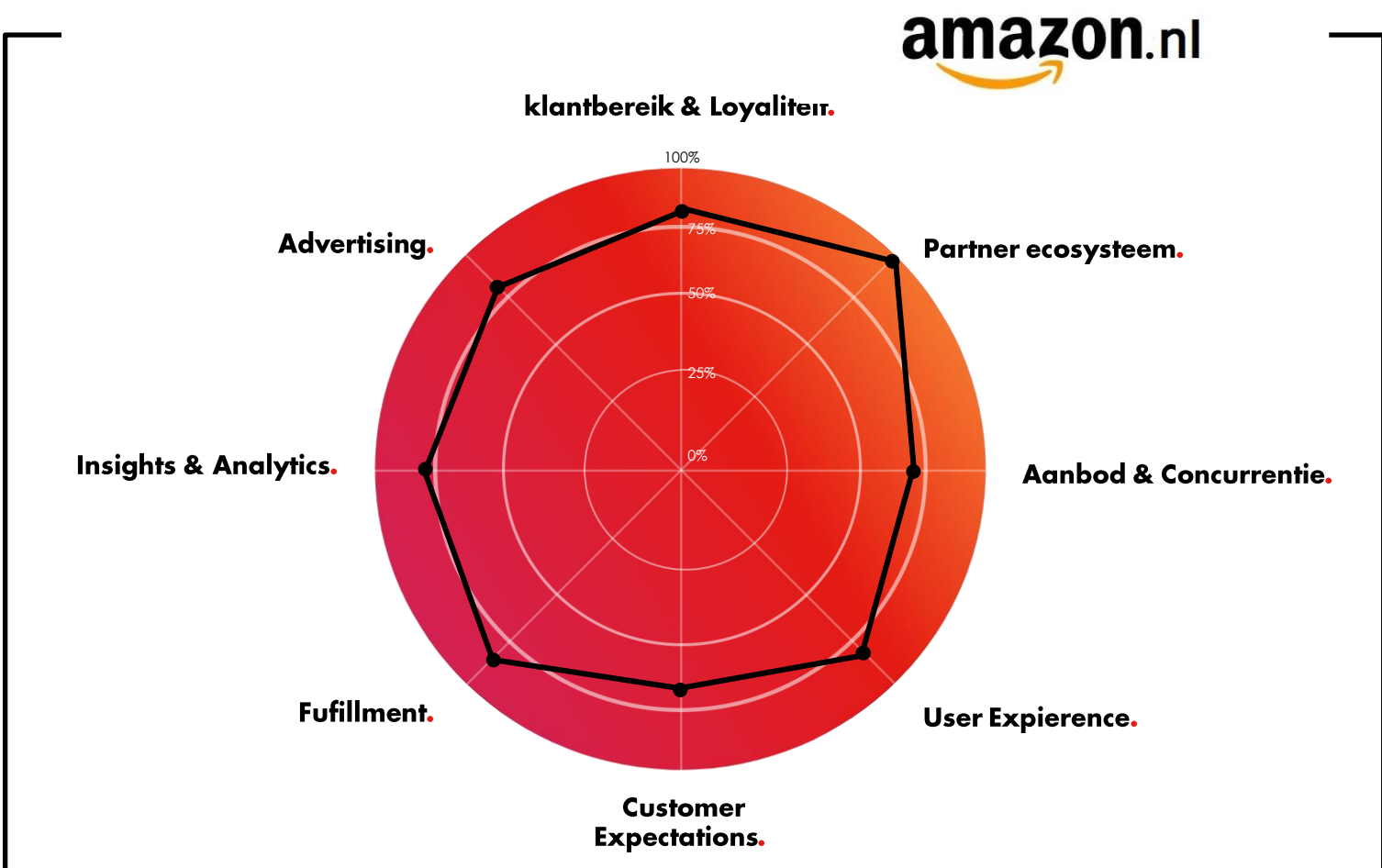
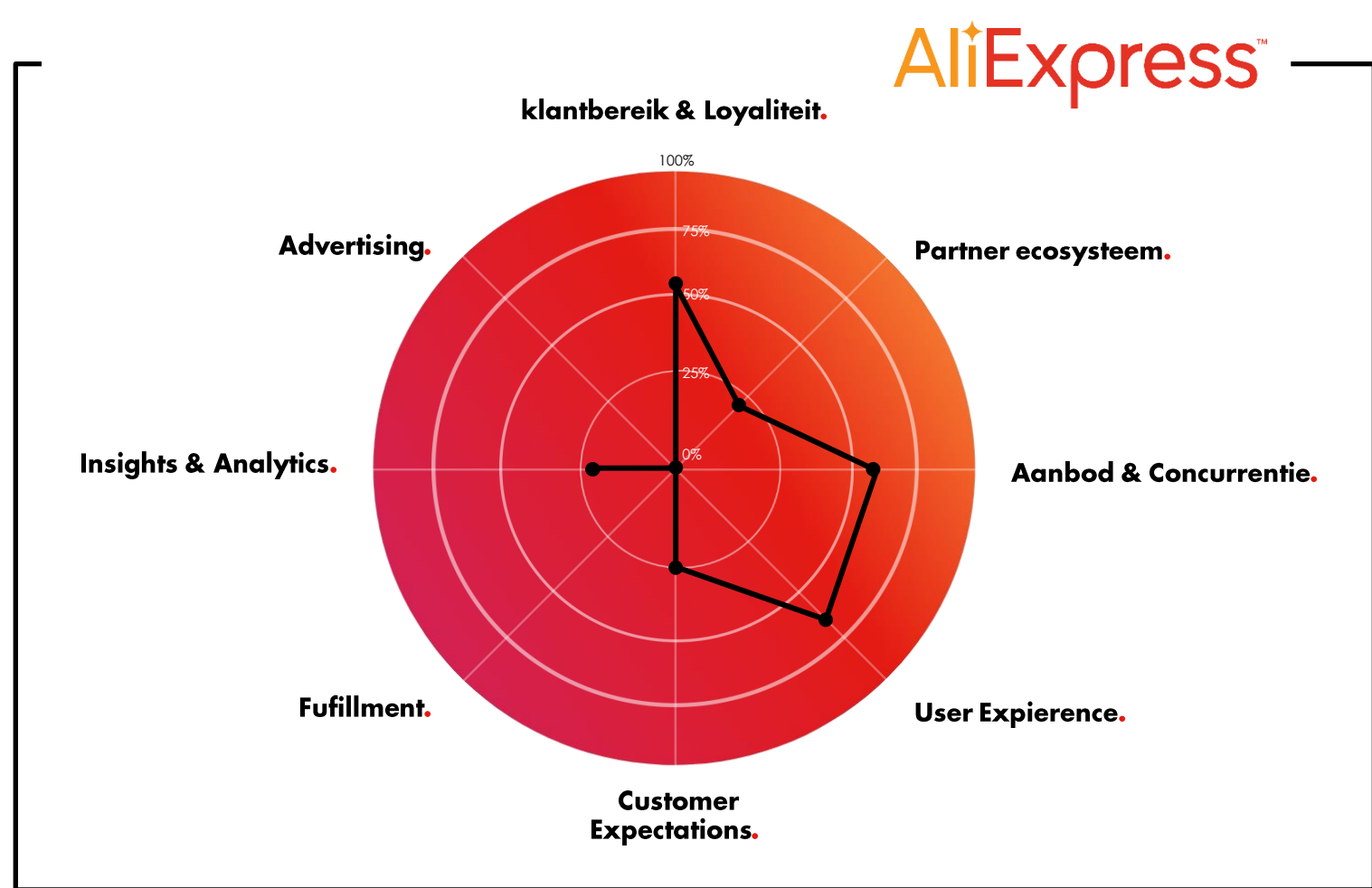
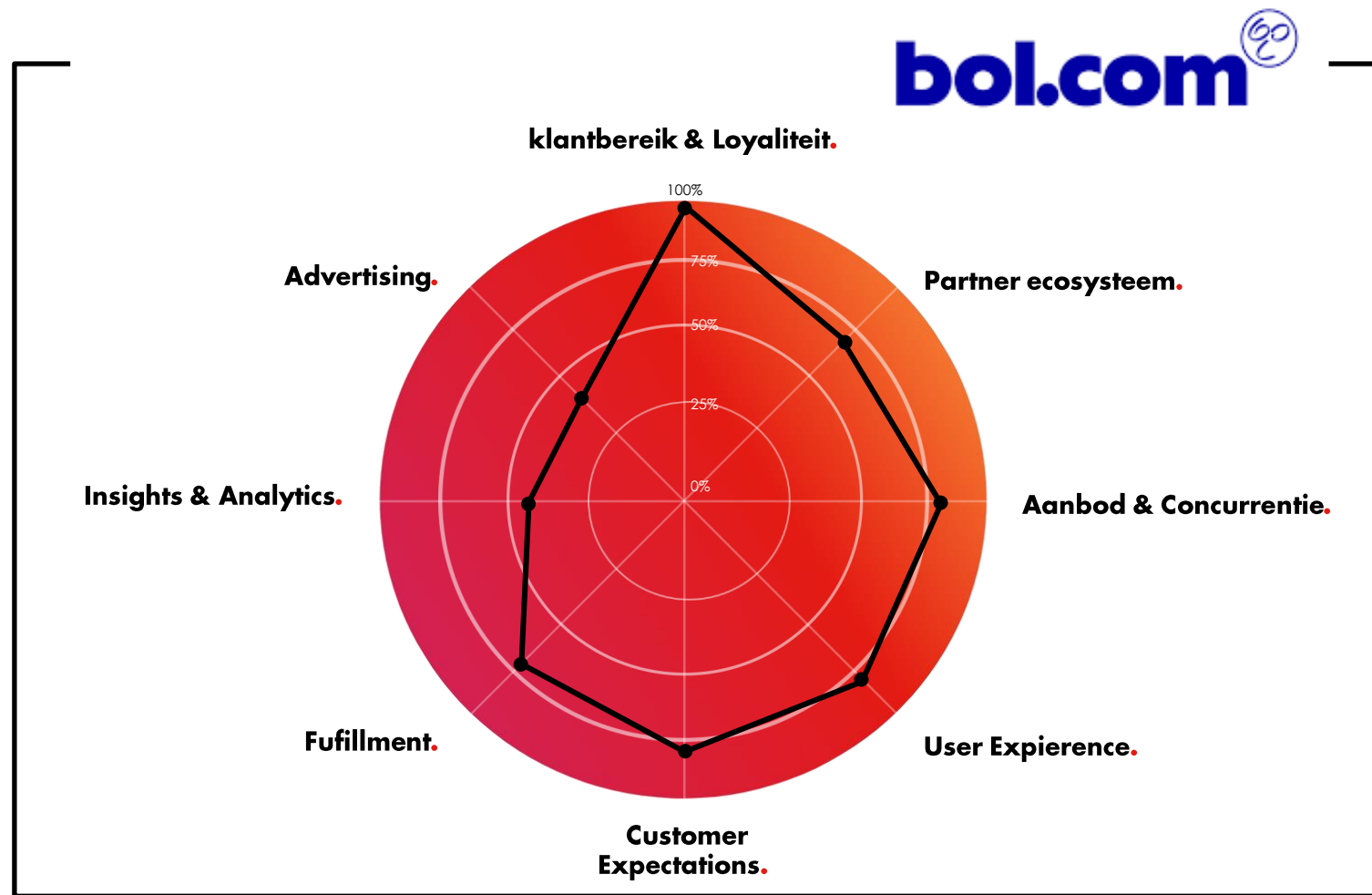
8. Advertising

Een hoge score wordt gekenmerkt door:

- De mogelijkheid om te kunnen adverteren op het platform, zowel direct als via 3rd party advertising-systemen.
- Het aantal beschikbare advertising tools voor het vergroten van de zichtbaarheid van een merk.
- Het gemak van adverteren op een platform door bijvoorbeeld gebruik te maken van API's.

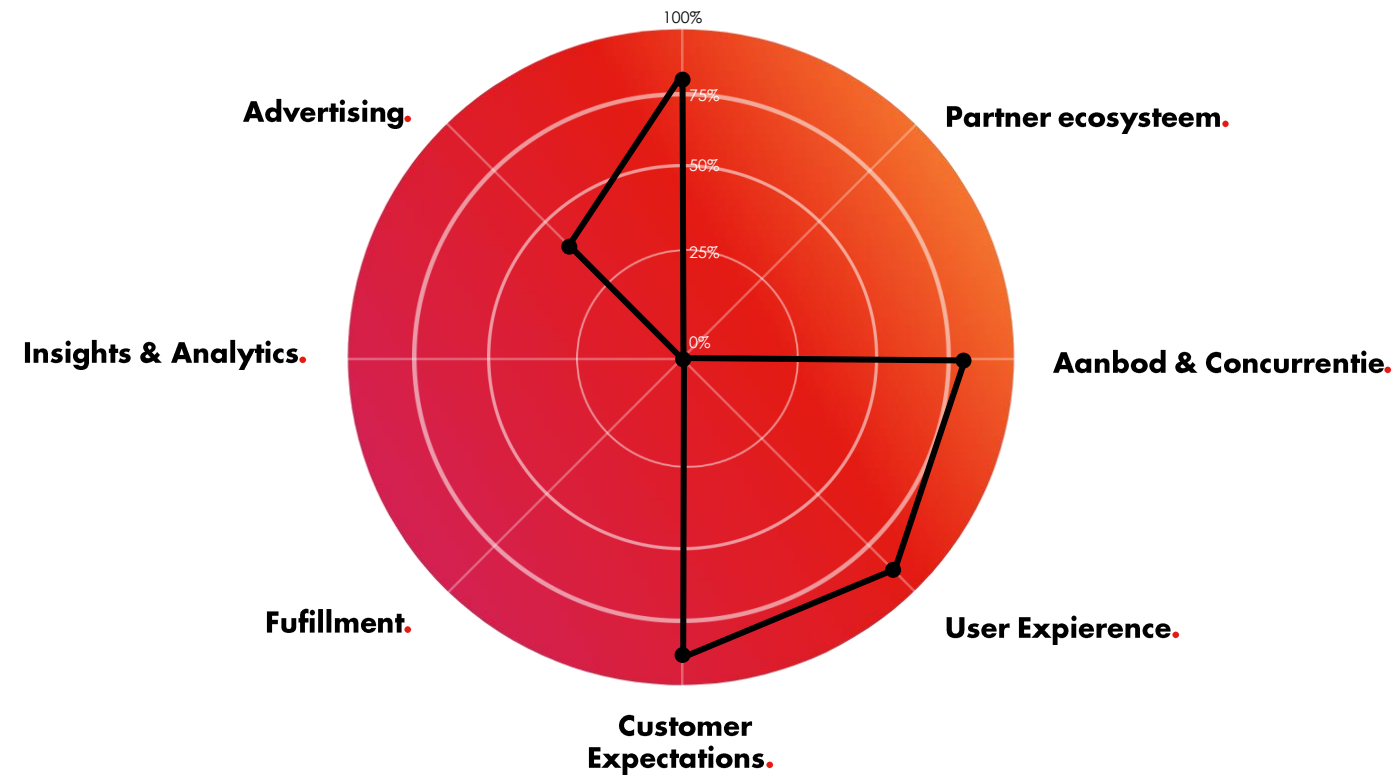
Tools die hierbij meewegen zijn:

- Het sponsoren van producten.
- Het sponsoren van een merk.
- De storefront/shop-in-shop/stores.
- Het type advertenties dat ingezet wordt: banner, video, et cetera.
- Het aantal tools dat ten behoeve van productlancerings ingezet kan worden.

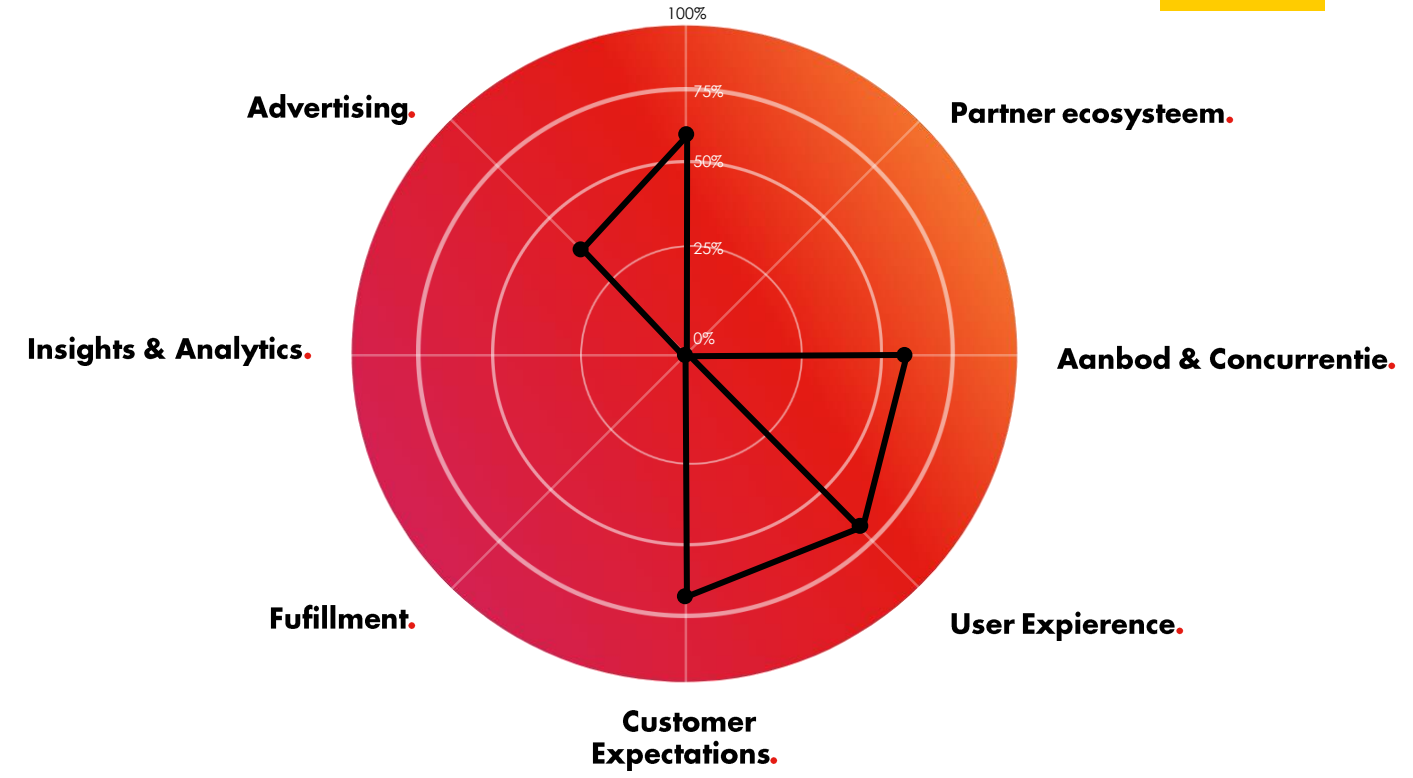




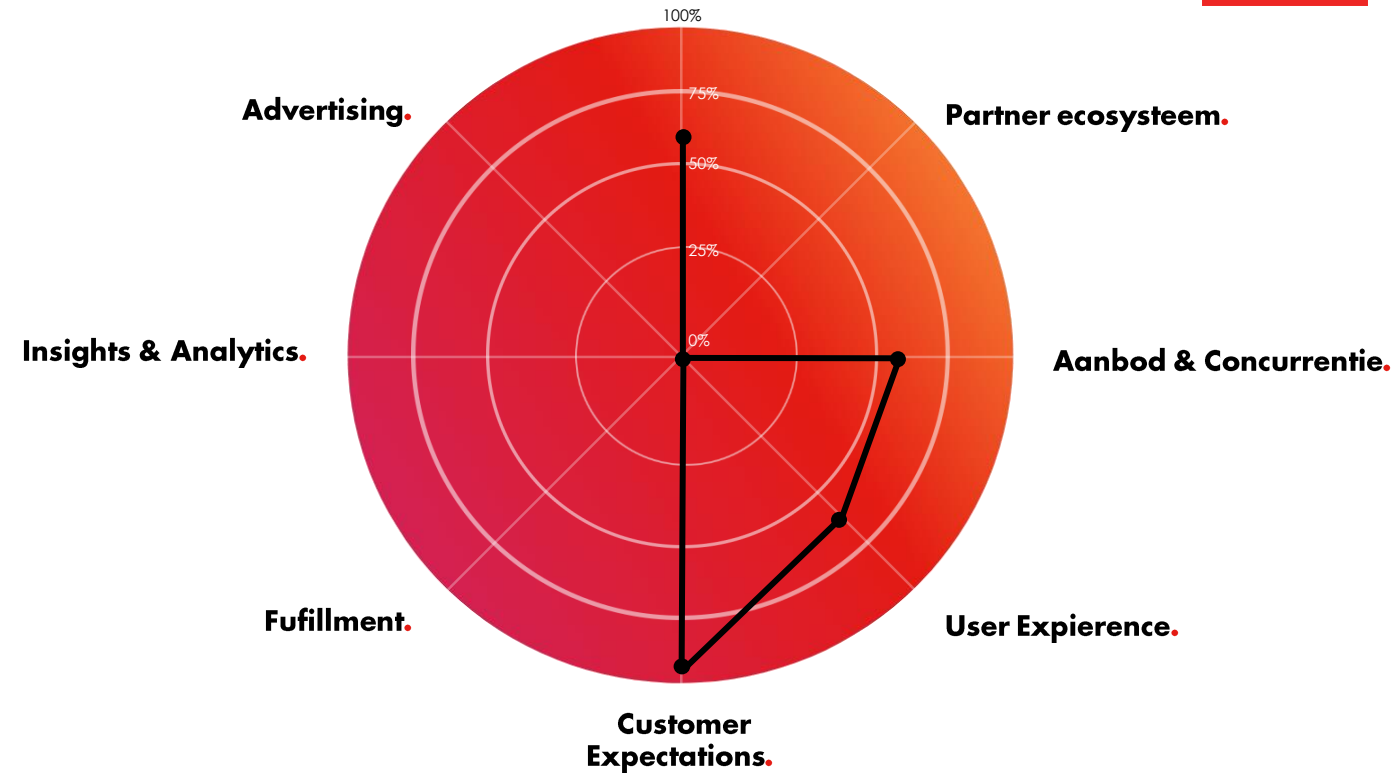
klantbereik & Loyaliteit.



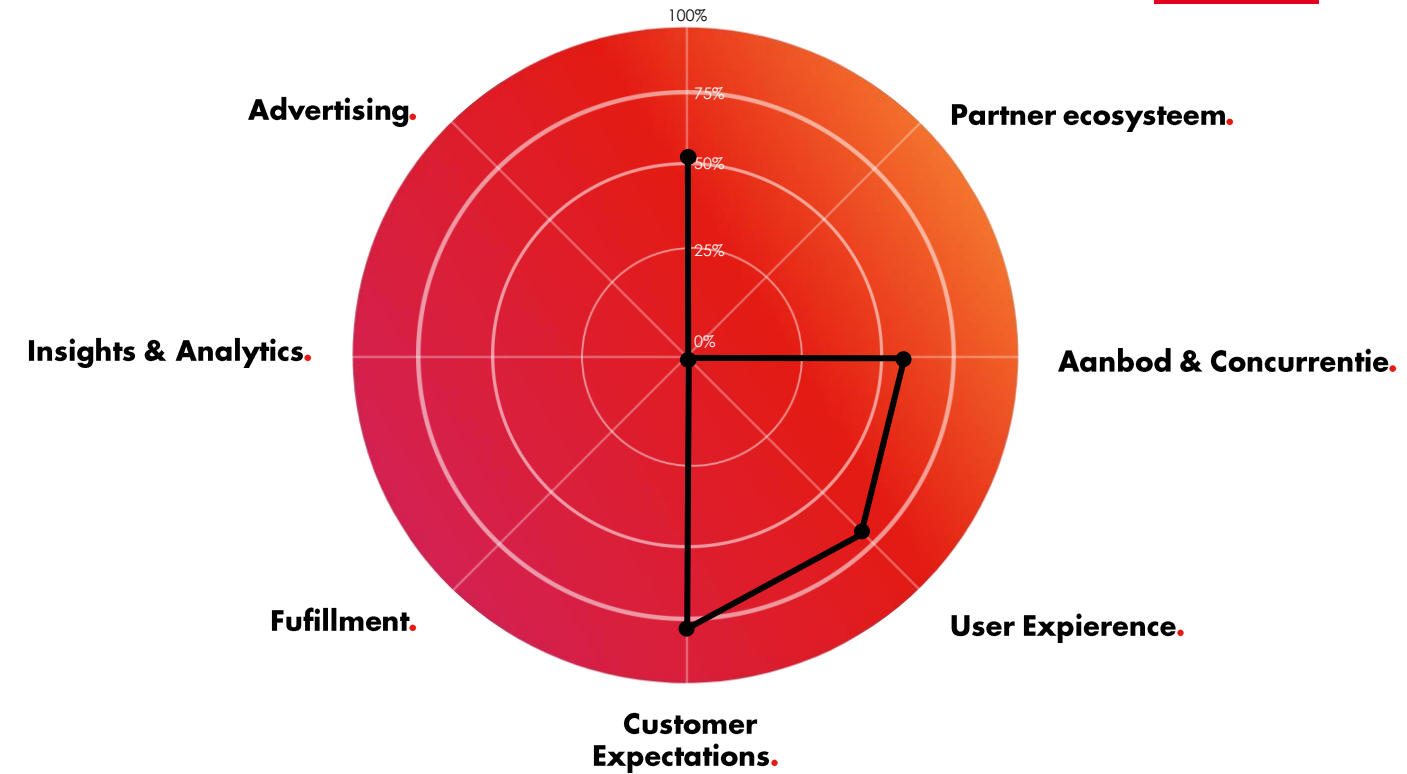
klantbereik & Loyaliteit.

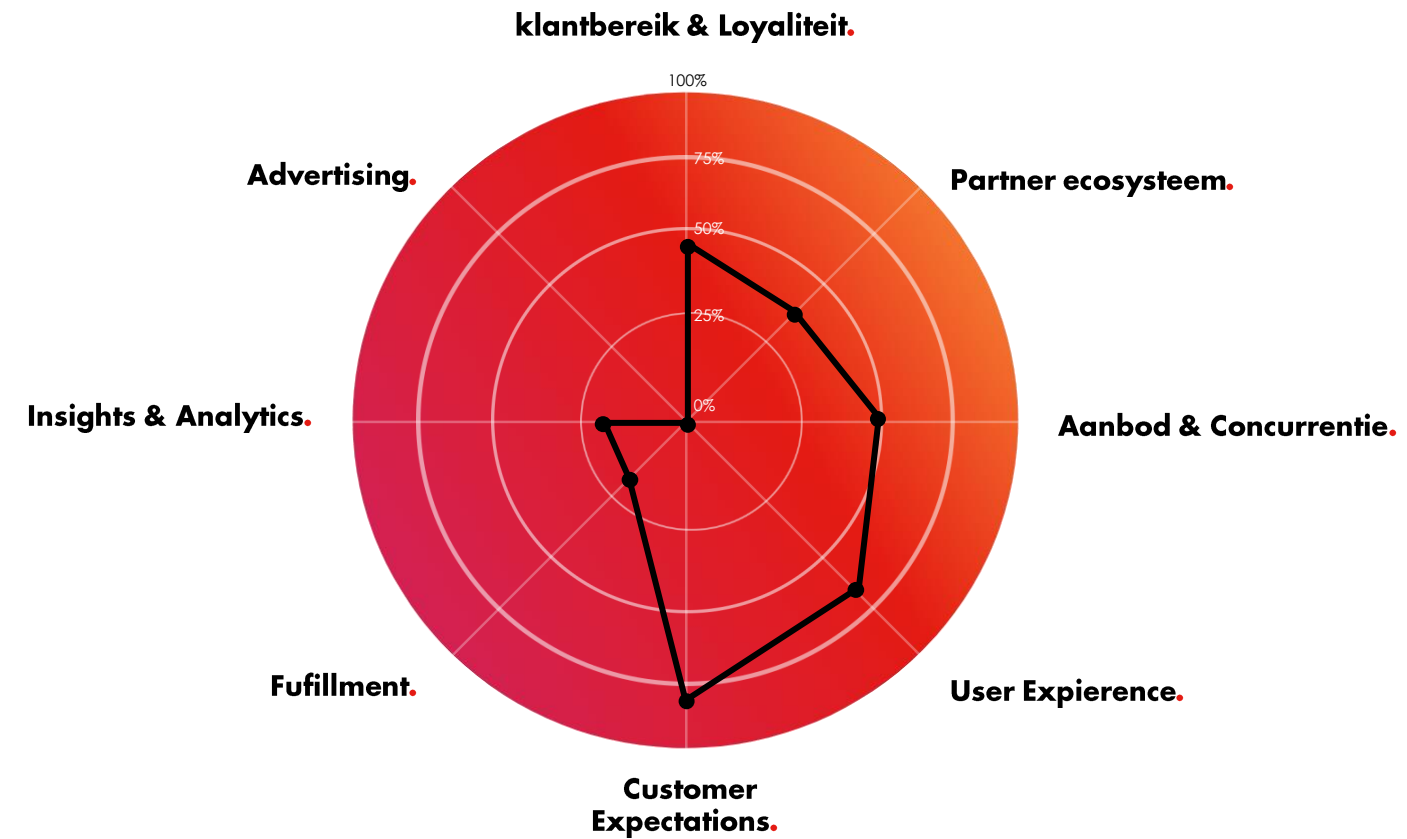
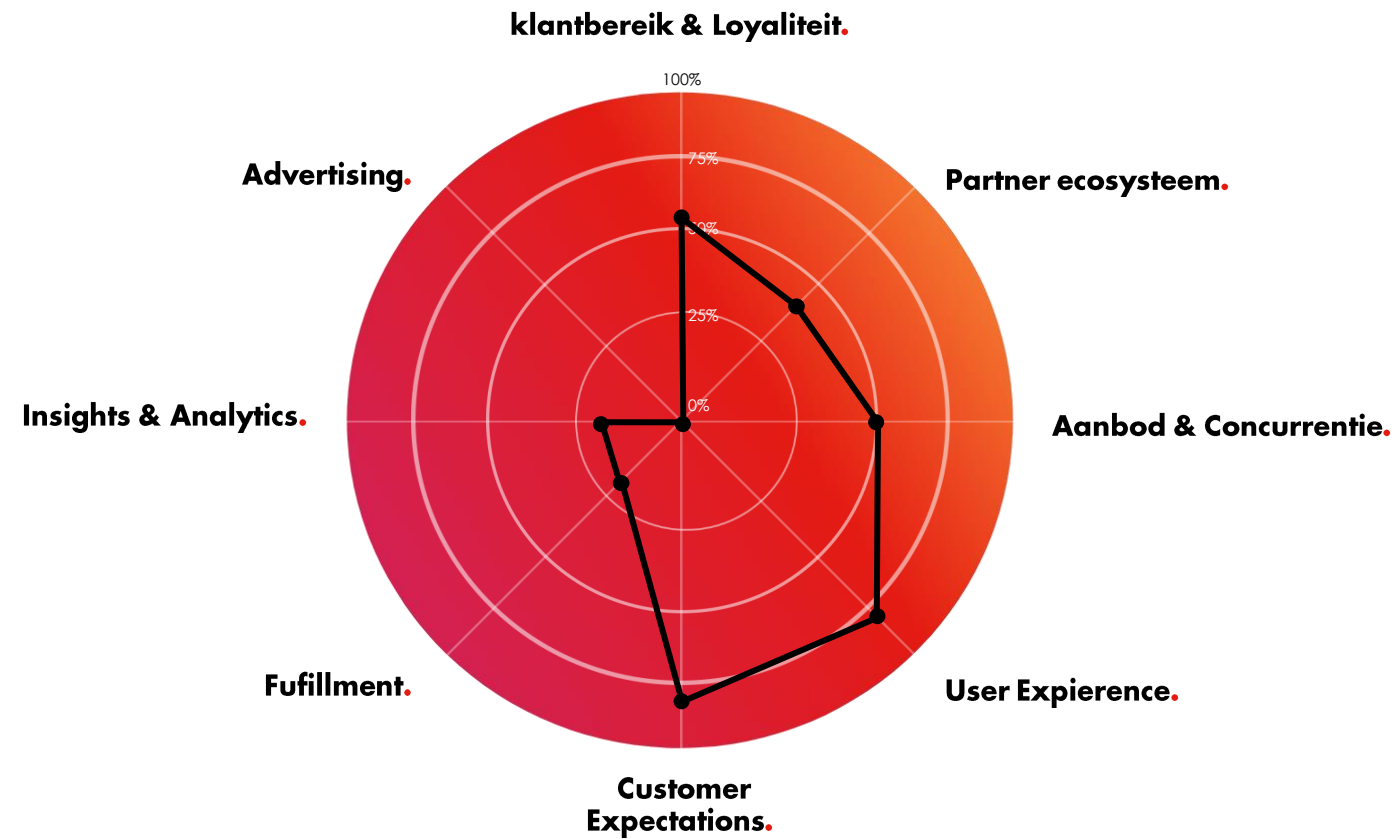
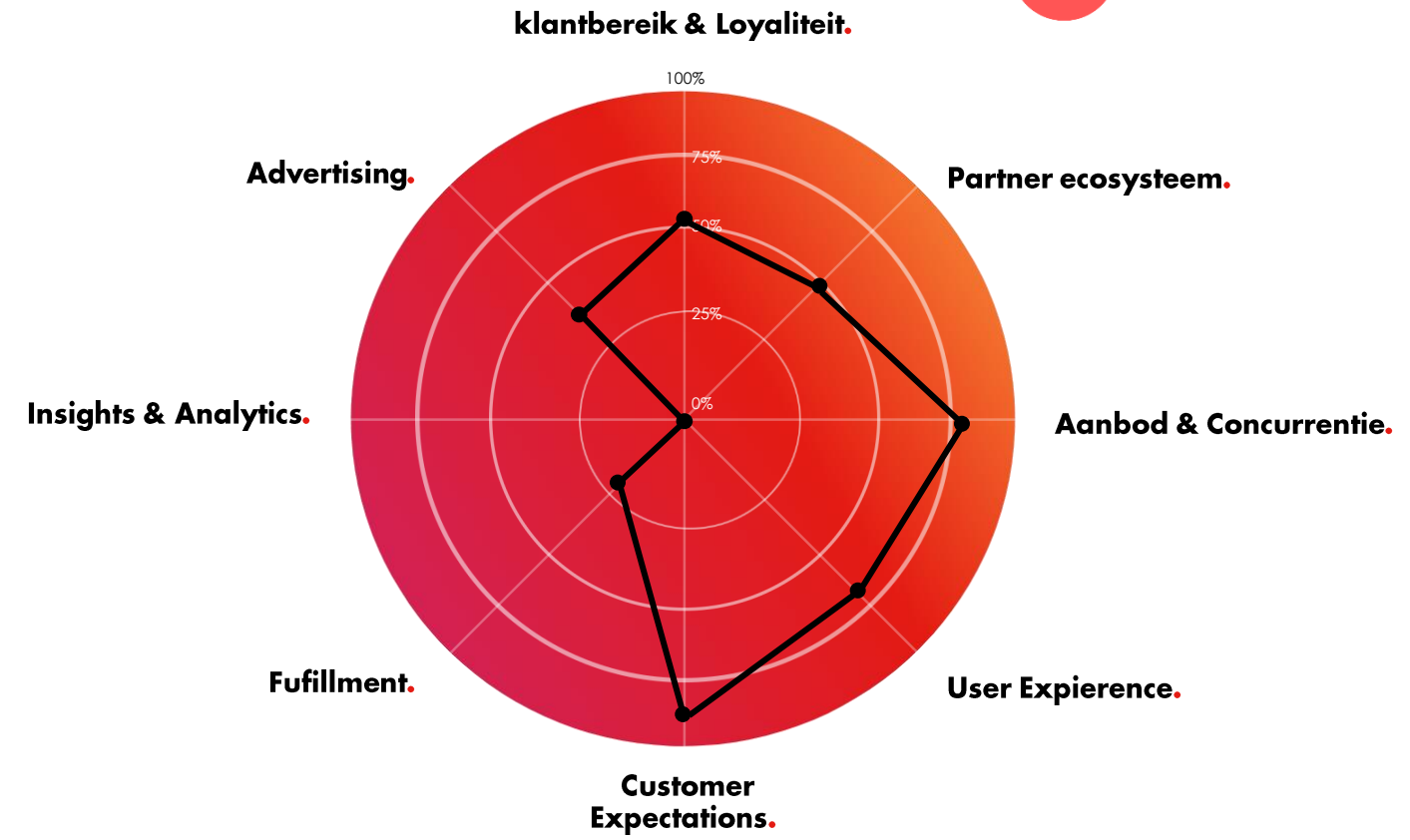
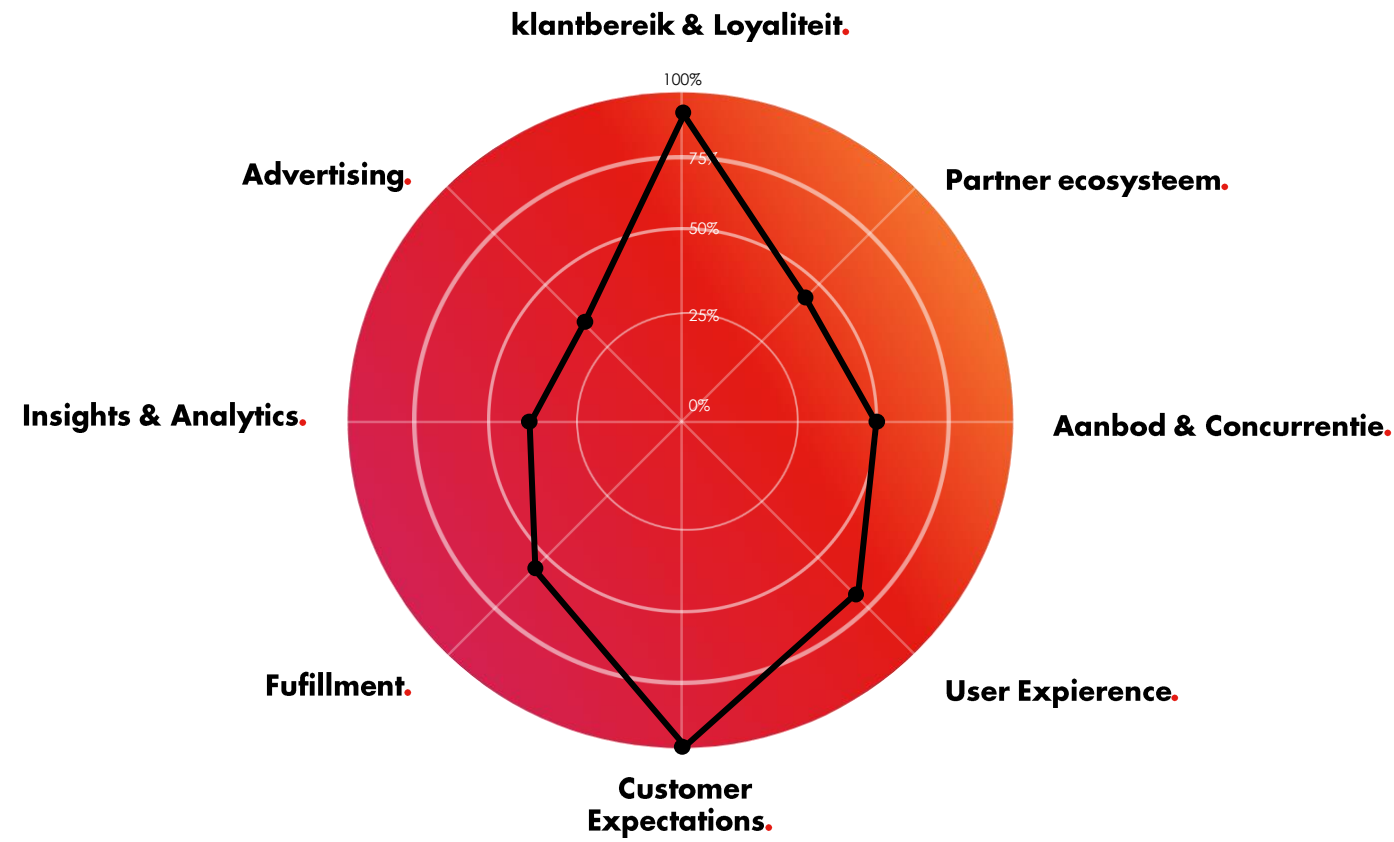


klantbereik & Loyaliteit.

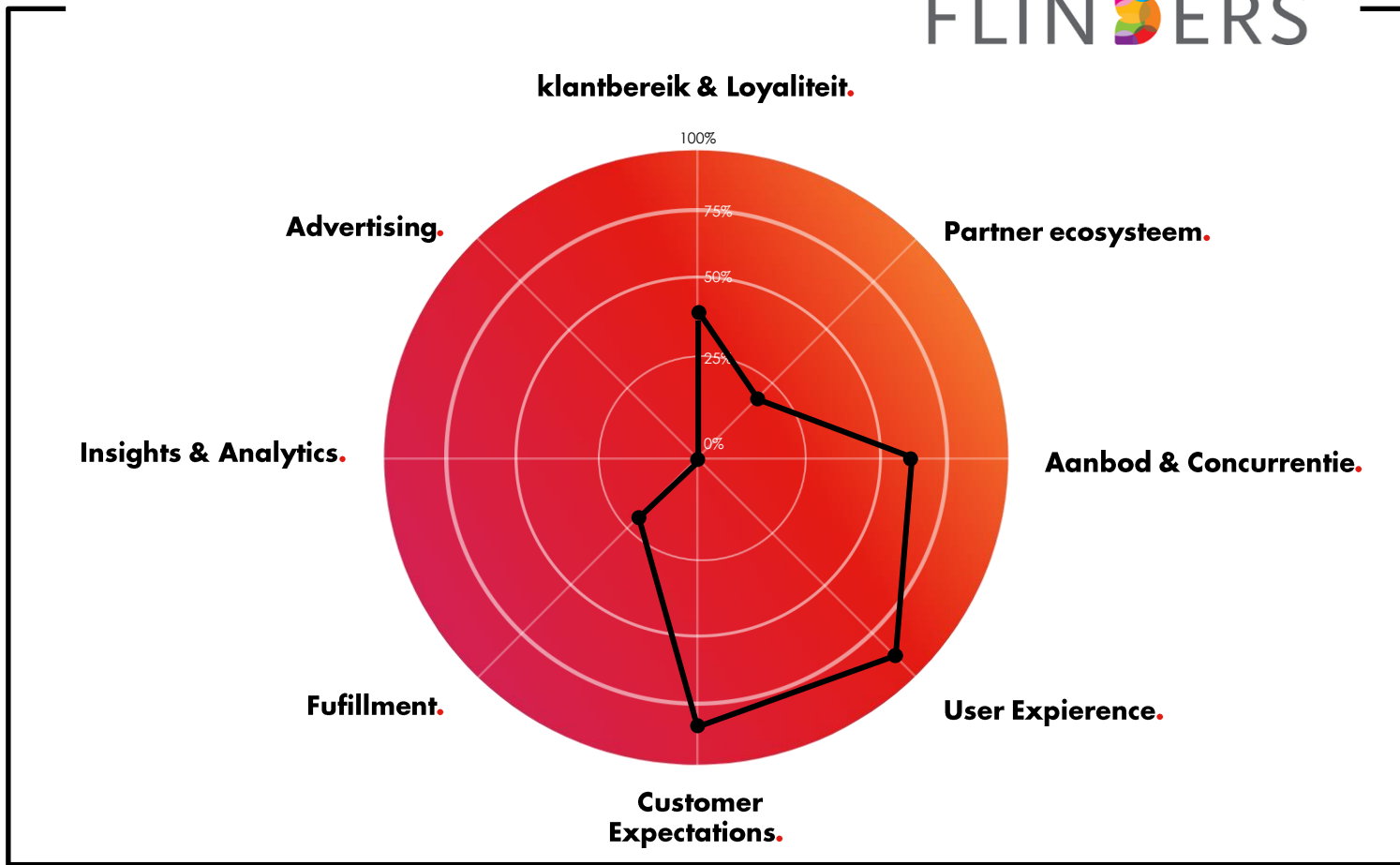


klantbereik & Loyaliteit.

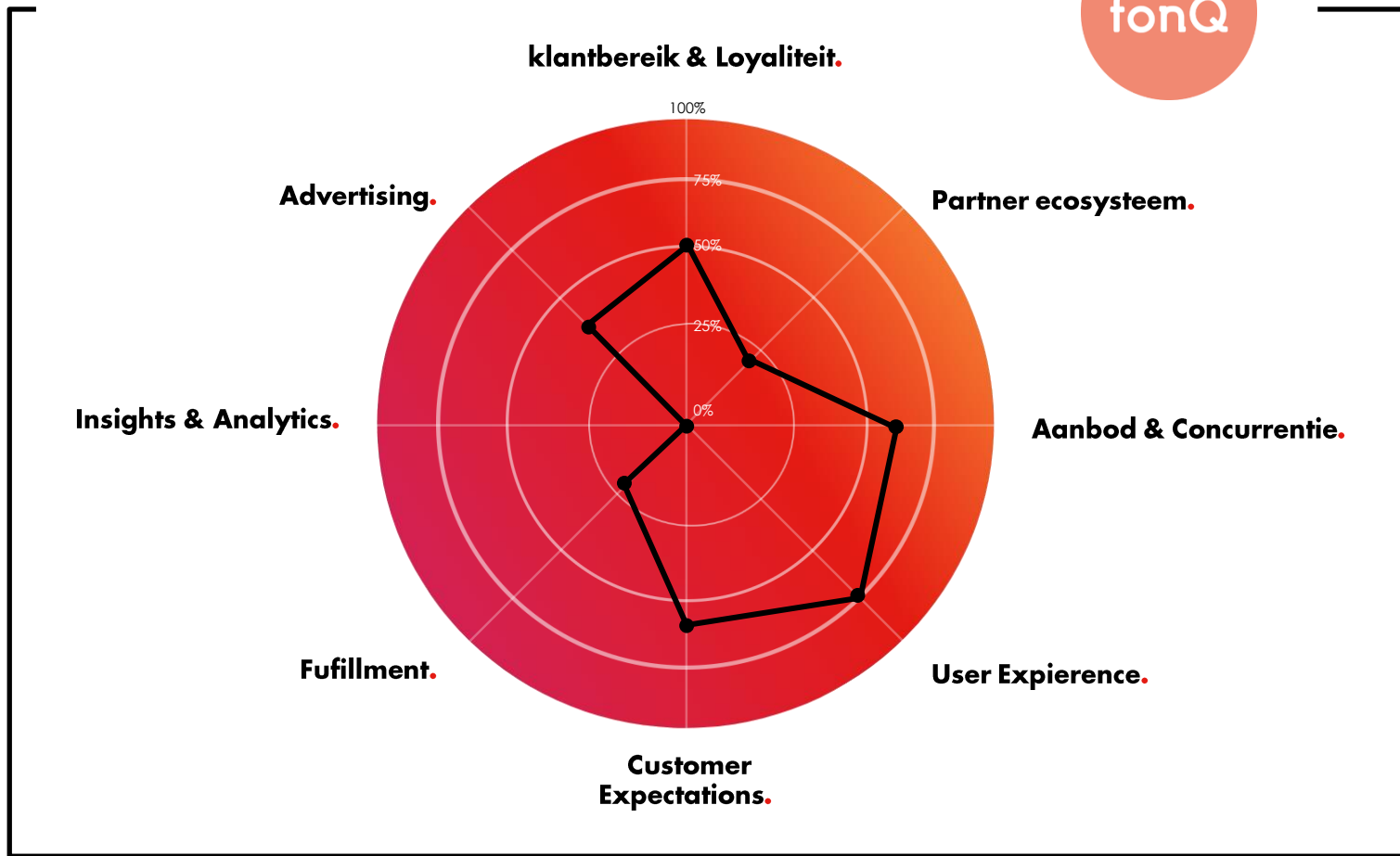




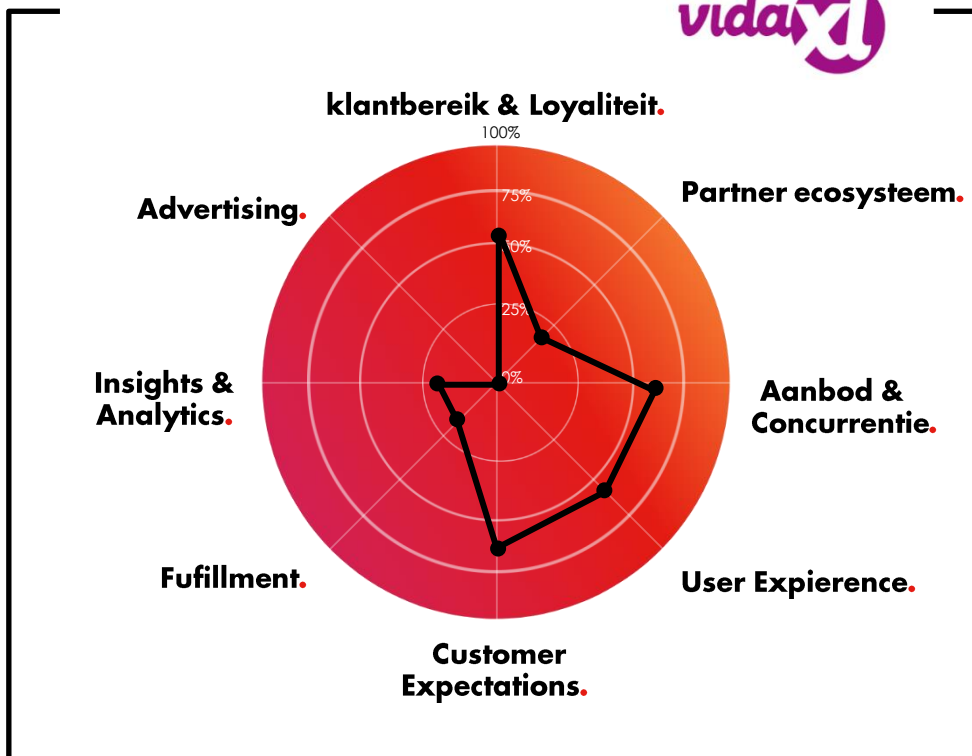
FLINDERS



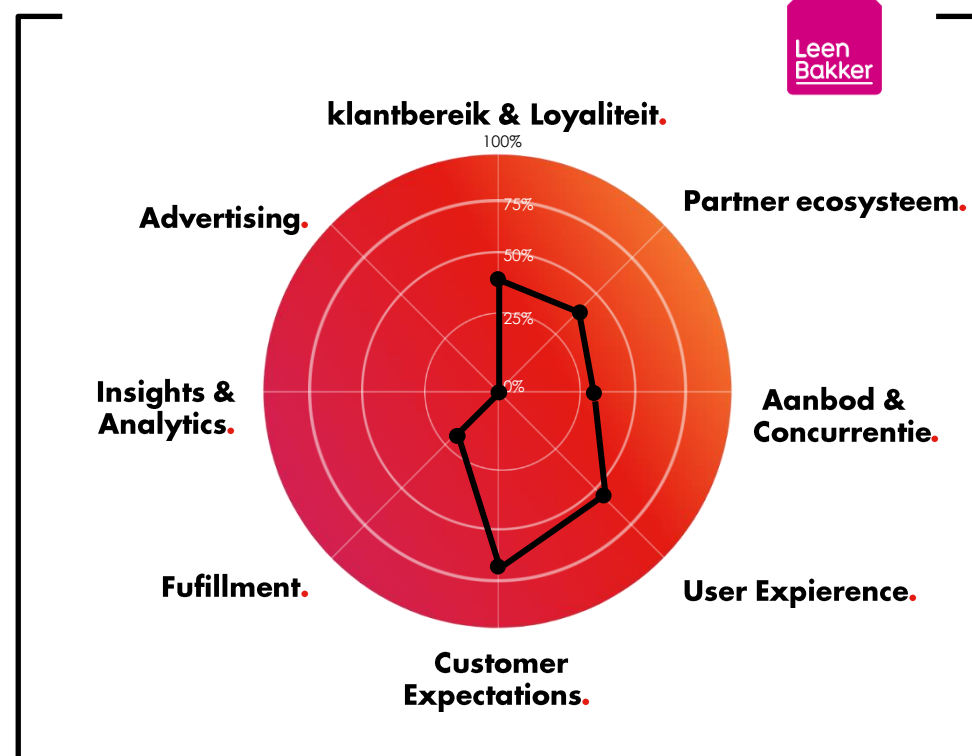
fonQ



vidaxl



Leen Bakker



vtwonen

