



## **Go global: de beste tips!**

E-commerce is goed verankerd binnen de internationale markt van de e-commerce en vertegenwoordigt inmiddels een waarde van meer dan 1 miljard dollar. Een detailhandelaar die dit groeiende marktsegment negeert, neemt dan ook een fors risico. Maar hoe verander je een traditioneel offline bedrijf in een internetbedrijf?

Dave Emerson, Group Sales and Marketing Director bij SEKO Logistiek, heeft een aantal handige tips voor detailhandelaars, e-tailers en merkeigenaren die hun e-commerce willen uitbreiden naar nieuwe markten.

"Nu de omzet van de detailhandel in de westerse markten afneemt, gaan bedrijven en merken steeds meer op zoek naar een positie in de opkomende markten. Ze hebben daarbij aantal zeer opvallende successen geboekt.

Het besluit om een plaats te veroveren binnen een ontwikkelende markt is een veel gekozen manier om nieuwe groei doelstellingen te bereiken. Bedrijven die willen bepalen hoe ze deze uitdaging aanpakken moeten wel kijken door de ogen van de internetconsument en niet die van het traditionele offline bedrijf.

Als internetverkoper streeft u naar internationale groei en moet u denken als de consument in uw winkel die artikelen uitkiest, betaalt en direct mee naar huis neemt. Als ze online winkelen, verwachten uw klanten nog meer gemak, en zeker niet minder.

Voor een echte winkelervaring verwachten klanten van webwinkels dat ze overal ter wereld orders en betalingen bliksemsnel verwerken, en hun aankopen dezelfde dag nog verzenden en snel leveren.

Grote Britse merken zoals Cath Kidston, Reiss, Molton Brown, Charles Tyrwhitt Shirts en Lulu Guinness is het al gelukt. Dus wat is het geheim van hun succes in het buitenland?

Deze Top Tien tips geven een goed beeld...

### **1 Denk realistisch na over de komende uitdaging**

De omvorming van een traditionele offline onderneming in een business model waarin ook e-commerce een plek krijgt, vormt een uitdaging voor elk type organisatie. Hoe succesvol uw detailhandel-bedrijf ook is, ga terug naar het begin en bedenk een compleet nieuwe bedrijfsstrategie om te zorgen dat e-commerce goed in het bedrijf wordt geïntegreerd.



## **2 Wees duidelijk over het langetermijndoel**

Het zou ideaal zijn als u de relaties met uw klanten die uw winkels bezoeken en hun loyaliteit verder kunt ontwikkelen, ook al zult u ze nooit in levende lijve ontmoeten. Tijdens het eerste deel van dat proces wordt een warme omgeving gecreëerd voor de klant. Het bestellen en betalen moet soepel verlopen, en u gaat een online klantenbestand opbouwen. Als u dit nieuwe verkoopkanaal met succes wil introduceren moet u vervolgens nadenken over een probleemloze orderverwerking, snelle leveringen en eenvoudige retourneermogelijkheden.

## **3 Zoek uit welke online markten snel groeien**

Het bouwen aan online *presence* is een weinig risicovolle manier om nieuwe markten te testen of bestaande winkelveorzieningen aan te vullen. Voor een maximaal voordeel van deze strategieën, is het wel vereist dat u goed op de hoogte bent van de e-commerce mogelijkheden van een land, en de uitdagingen van de online markt in dat land kent. Huur hiervoor een van het groeiende aantal betrouwbare e-commerce consultancybedrijven. Zij bieden waardevolle adviezen en ondersteuning, zodat u uw ambities voor online groei zult kunnen overtreffen.

## **4 Schat de verwachtingen van uw klanten nooit te laag in**

Voor het beheren van een online winkel die door klanten wereldwijd wordt gebruikt, is meer nodig dan alleen een mooie of zelfs een zeer functionele website. Wanneer de klant de aankoop heeft gedaan, moet u precies weten wat er daarna gebeurt om aan de verwachtingen ten aanzien van de levering te kunnen voldoen. Bovendien dient u een oplossing te bieden voor het geval ze niet blij zijn met hun bestelling en die terug willen sturen.

## **5 Kies voor een volledig geïntegreerde oplossing**

Als u niet op een geïntegreerde manier te werk gaat, met bijvoorbeeld een website-provider zonder logistieke ervaring, kunt u voor grote problemen komen te staan. U doet er daarom veel verstandiger aan een internationale logistieke partner te zoeken met specialisten op het gebied van e-commerce. Zij weten precies hoe u backend-systemen verbindt met uw webwinkel. U zoekt een partner die complete oplossingen ontwikkelt die naadloos op elkaar aansluiten, en zorgt dat u aan de hoge eisen van uw klanten voldoet.



## **6 Sta stil bij wat er zich achter de schermen afspeelt**

Uw webwinkel moet veel meer zijn dan alleen een website. Achter de webwinkel moet de website ook werken als volledig geïntegreerde online orderverwerking, voorraadbeheer en transport. Een samenwerking met een partner die gespecialiseerd is in slimme logistieke oplossingen is daarbij essentieel. Een partner die uw e-commerce websites zo opbouwt dat de klantervaring perfect is en tegelijkertijd soepel wordt geïntegreerd in logistieke processen achter de webwinkel.

## **7 Vergroot het bereik van uw supply chain**

U zult snel moeten groeien om in de behoeften van consumenten te kunnen voorzien, maar u moet ook de risico's beperken en de vaste lasten terugdringen. Dus in plaats van de inrichting van een complete distributievoorzieningen in het buitenland, geven veel bedrijven de voorkeur aan een partner die de internationale opslagruimte biedt die ze nodig hebben. Die combineren ze met flexibele logistieke 'pay as you go' diensten.

Een externe specialist met wie u samenwerkt kan ondersteuning bieden bij uw verkoopactiviteiten via de winkel en bij internetverkoop, zonder de risico's van eigen voorzieningen en vestigingen. Streeft u naar wereldwijde groei? Dan is samenwerking met een flexibele internationale logistieke organisatie van cruciaal belang. Dit bedrijf moet ervaren zijn en beschikken over de knowhow, de voorzieningen en de middelen die u ondersteunen bij uw strategie die is gericht op uitbreiding van de supply chain op basis van een lage kostprijs en van activiteiten.

## **8 Kennis van de lokale situatie is essentieel**

Lokale bureaucratie en bureaucratische procedures maken uw verkoopactiviteiten niet bepaald eenvoudiger wanneer u bijvoorbeeld probeert goederen te leveren aan een nieuwe winkel in China of Rusland. Met zaken als verkoop- en vennootschapsbelasting, internationale beveiliging, grenscontrole, documentenvereisten en douanerechten moet u allemaal rekening houden. Maar ondanks deze problemen verwacht uw consument nog steeds dat online bestelde goederen de volgende dag geleverd worden.

De oplossing is een krachtige samenwerking met internationale expediteurs en de samenwerking met consultants op het gebied van douanezaken. Zo stelt u een intern naslagwerk samen met krachtige operationele procedures voor de naleving van voorschriften en kostprijsberekeningen voor de orderafhandeling, per verkoopkanaal en per markt.



## **9 Voorzie in de informatiebehoefte van uw klant**

Consumenten hebben altijd behoefte aan informatie en zijn altijd gehaast. Ze willen daarom profiteren van het gemak van producten die thuis worden afgeleverd of kunnen worden opgehaald bij een afhaalpunt op het voor hen handigste tijdstip. En als een product om een of andere reden niet beschikbaar is, wil men met 1 klik kunnen zien wanneer het product alsnog leverbaar is en daarnaast de mogelijkheid hebben om de bestelling terug te sturen. Het is daarom van groot belang dat u wereldwijd zicht en controle hebt over uw opgeslagen voorraad.

## **10 De oplossing is de juiste technologie**

Werk samen met een logistieke dienstverlener die een hoogwaardige oplossing biedt voor het voorraadbeheer binnen al uw gebieden wereldwijd, en die ook probleemloos in uw bestaande informatiesystemen kan worden geïntegreerd. Hiermee kunt de vragen van uw klanten altijd beantwoorden, ongeacht de plek of het tijdstip.

We gaan even terug naar de eerder genoemde merken, die er allemaal goed in geslaagd zijn de wereldwijde markt op te gaan: hoe zijn zij omgegaan met deze problemen en wat hebben ze allemaal gemeen? Dat is heel eenvoudig: Cath Kidston, Reiss, Molton Brown, Charles Tyrwhitt Shirts en Lulu Guinness maken allemaal gebruik van de diensten van SEKO Logistics.

En hoe nu verder?

Ga voor meer informatie naar [http://www.sekologistics.com/en/services/omni-channel\\_logistics/](http://www.sekologistics.com/en/services/omni-channel_logistics/) of e [hello@sekologistics.com](mailto:hello@sekologistics.com).

### **De auteur**

Dave Emerson heeft al meer dan 25 jaar ervaring in de internationale logistiek, en vervulde senior management functies in het Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten, Hong Kong en Singapore, bij Expeditors and Eagle Global Logistics (nu CEVA Logistics).

Hij is verantwoordelijk voor alle klantengerichte activiteiten binnen de hele SEKO groep, inclusief verkoop en marketing, accountbeheer en ontwikkeling van oplossingen voor klanten en werkt samen met het softwareteam van SEKO aan de ontwikkeling van specifieke internetoplossingen voor het Britse klantenbestand. Hij is ook verantwoordelijk voor e-commerce en de ontwikkeling van orderafhandelingen binnen het Verenigd Koninkrijk en wereldwijd.

Dave heeft twee volwassen kinderen van 21 en 19 jaar die er alles aan doen om te zorgen dat hij failliet gaat, en hij houdt van golf en tennis. Dave is ook een fervente supporter van Arsenal FC en London Irish rugby.