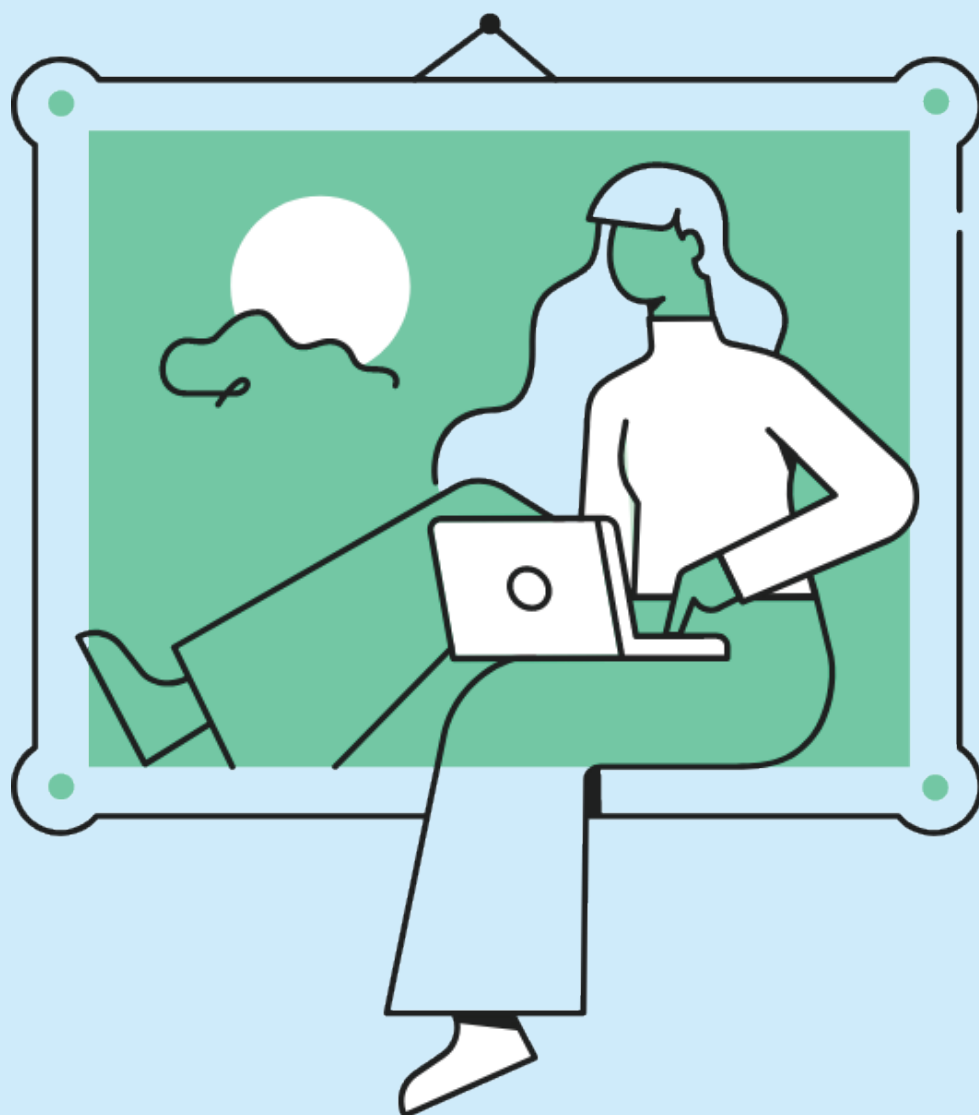


WHITEPAPER

De 5 grootste online struikelblokken voor groothandels



De 5 grootste online struikelblokken voor groothandels.

Zoals we in de vorige paper, die ging over de impact van de coronacrisis op groothandels, al benoemden, was een groot deel van de verkoop van groothandels traditioneel gebaseerd op mond-tot-mondreclame en vertegenwoordigers die geregeld fysieke vestigingen bezoeken om nieuwe producten aan te prijzen of herhaalorders binnen te halen.

Dit klassieke model verdwijnt langzaam maar zeker. Dat is voornamelijk het gevolg van de maatschappijbrede digitalisering, de versnelling van dit proces door de coronacrisis en het verlangen van moderne klanten naar gemak, personalisatie en een hoogwaardige klantervaring via meerdere, goed met elkaar geïntegreerde kanalen (multi- en omnichannel).

Daarom geven we bij gesprekken met klanten altijd aan dat een omnichannel aanpak een belangrijke voorwaarde is voor succes, wat wordt bevestigd door een onderzoek van [Brightpearl](#).

Daarnaast zien we dat business-to-business en business-to-consumer steeds vaker samenkomen en gedeeltelijk in elkaar

overvloeien. Veel groothandels en retailers hebben al een model dat het mogelijk maakt om ook direct aan consumenten te leveren. Deze vorm van handel heet 'direct-to-consumer' (d2c).

Die veranderende commerciële omgeving stelt groothandels voor pittige uitdagingen op verschillende terreinen. Denk bijvoorbeeld aan voorraadbeheer, de integratie van kanalen, software en systemen, het creëren van optimale customer journeys of digitale transformatie. Als je deze zaken niet goed regelt, kunnen ze zich opwerpen als struikelblokken die de groei en modernisering van je bedrijf in de weg staan.

In deze whitepaper werpen we een blik op de belangrijkste potentiële struikelblokken voor groothandels en laten we zien hoe je die omzeilt. Deze whitepaper is het resultaat van onze vele gesprekken met groothandels over de uitdagingen die ze tegenkomen en onze jarenlange ervaring met het helpen van groothandels bij het zetten van hun volgende digitale stappen.

1.

Moeite om actuele voorraadstanden te tonen

Een bekend probleem waar veel groothandels mee kampen is het actualiseren van voorraadstanden in hun webshop en andere digitale kanalen.

Neem het voorbeeld van een groothandel in fietsonderdelen die naast zijn fysieke winkel ook nog een webshop heeft. Die krijgt op een dag een grote bestelling binnen van een klant die met spoed 500 fietsbanden nodig heeft. De vertegenwoordiger of servicemedewerker gaat aan de slag met het verwerken van de bestelling. Wat hij echter niet ziet, is dat er tussen de laatste update van de webshop en het verwerken van de order nog 2 nieuwe bestellingen zijn binnengekomen. De voorraad op de webshop geeft geen aantallen in realtime weer en komt daarom niet meer overeen met de werkelijkheid.

Door die mismatch zijn er uiteindelijk te weinig banden in huis om de grote order op tijd af te leveren. Een vervelende situatie voor beide partijen: de klant krijgt niet de koopervaring die hij verwacht en de groothandel voldoet niet aan de standaarden die hij stelt aan zijn dienstverlening. Werken met verouderde voorraadinformatie kost je op de korte termijn orders, maar op de langere termijn ook klanten. De concurrentie bevindt zich in het digitale tijdperk immers op slechts een muisklik afstand!

De oplossing voor dit probleem? Het koppelen van de webshop aan het ERP-systeem. Zo geeft ook de webshop altijd alle informatie uit het ERP in realtime weer en voorkom je fouten zoals het verkopen van producten die niet meer op voorraad zijn. Klanten kunnen dan ook rekening houden met de toekomstige voorraad. Het ERP bepaalt namelijk toekomstige voorraadmiveaus middels voorspellingen op basis van de beschikbare voorraad en het aantal opslagplaatsen. Het koppelen van je webshop en ERP maakt ook dropshipping mogelijk. Je levert dan rechtstreeks aan de eindklant als een product bij de retailer niet meer op voorraad is.





2. Online bestellen kost veel tijd

Je hebt weliswaar een webshop, maar de medewerkers van de commerciële binnendienst zetten orders nog steeds handmatig in het systeem. Een taak die gepaard gaat met veel herhalende en tijdrovende handelingen. Ook vragen en klachten van klanten worden op deze manier via de telefoon of mail afgehandeld. Omdat het handmatig invoeren van bestellingen de kans op fouten vergroot, kost online bestellen (te) veel tijd.

Hier is een geïntegreerd platform de oplossing. Door je e-commerceplatform te integreren met je ERP-systeem, applicatielandschap en databases, hoef je geen handmatige synchronisaties meer uit te voeren en toveren medewerkers in een paar muisklikken de informatie op hun scherm die ze nodig hebben om klantvragen te beantwoorden. Bovendien kun je periodiek terugkerende orders automatisch opnieuw plaatsen, inclusief speciale prijsstellingen of kortingen. Je verkopers zullen je dankbaar zijn, want zij kunnen voortaan al hun tijd en energie steken in de zaken waar ze goed in zijn: verkopen en nieuwe klanten werven! Voor een echte omnichannel beleving kies je ook voor een platform dat je commerce, content en marketing bundelt.

3. Niet online kunnen personaliseren

Moderne klanten eisen een gepersonaliseerde winkelervaring. Een onderzoek van Forrester wijst bijvoorbeeld uit dat **72%** van de ondervraagde b2b-klanten zichzelf wil kunnen bedienen via de webshop. Dit betekent dat ze ook in de webshop gelijk de voor hen geldende prijsafspraken en kortingspercentages willen zien als ze een order plaatsen.

Ontbreekt die informatie? Grote kans dat een klant alsnog naar de telefoon grijpt om de informatie te krijgen waar hij naar op zoek is en een bestelling te plaatsen. Op die manier gaat de meerwaarde van een webshop natuurlijk snel verloren.

Met een Digital Experience Platform voorkom je dit probleem en kun je alle informatie uit je systemen gebruiken om de klant een gepersonaliseerde winkelervaring aan te bieden. Je kunt die personalisatieservice nog verder uitbreiden met een persoonlijke aanhef, persoonlijke productaanbevelingen op basis van eerdere aankopen en persoonlijk advies (productuitleg, how-to-do-video's).



4.

Je website en -shop zijn niet gebruiksvriendelijk

Internetshoppers zijn enorm kieskeurig.

Langzaam ladende pagina's? Een website of webshop die niet goed navigeerbaar is?

Verplicht een waslijst aan gegevens invullen bij het plaatsen of afronden van een order? Als jouw webshop een of meerdere van deze gebreken vertoont, is hij niet gebruiksvriendelijk.

Zorg dus voor een goed UX-design. Dat doe je door goed te letten op bijvoorbeeld de onderstaande zaken:

- Zorg voor een heldere indeling en logische opbouw van je categoriepagina's.
- Stroomlijn het checkout-proces. Zorg dat een klant alle belangrijke informatie (prijzen, kortingen, verzendkosten) in een oogopslag aangereikt krijgt, maar vermijd dat hij een waslijst aan niet-essentiële informatie moet invullen bij het afronden van de order.
- Maak je productpagina's informatief en aantrekkelijk. De klant moet direct alle relevante productinformatie zien. Goede foto's completeren het geheel.
- Zorg dat je werkt met de nieuwste technologie. Een verouderde en trage webshop schrikt klanten af.

Er zijn goede manieren om de gebruiksvriendelijkheid van een webshop te testen.

Experimenteer bijvoorbeeld met verschillende lay-outs en test het succes met A/B-testen. En breng knelpunten in kaart door eens goed in je data te duiken.

5.

Niet online kunnen personaliseren

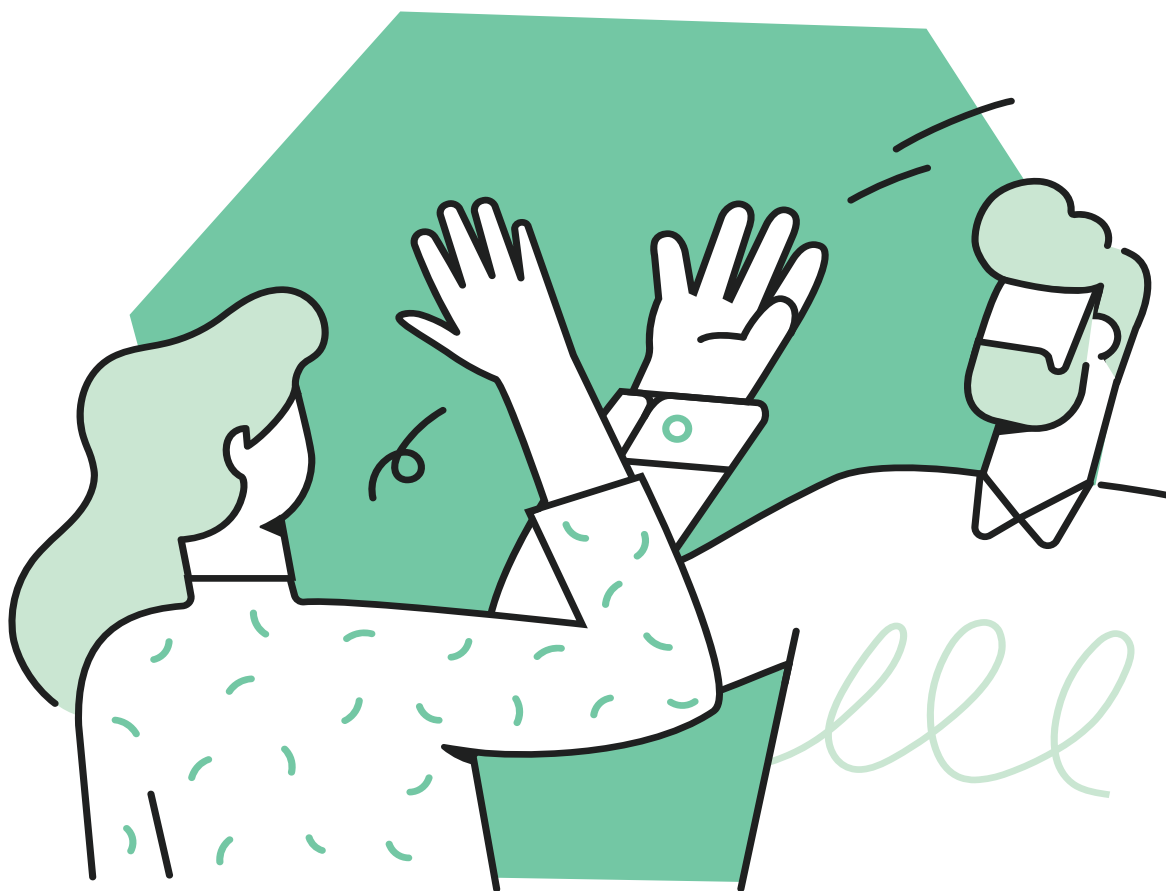
E-commerce is een branche die dynamisch is en blijft. Innovaties volgen elkaar snel op en technologische veranderingen komen snel tot stand. Hetzelfde geldt voor klant- en marktbehoeften. Veel groothandels lopen tegen het probleem aan dat hun online-platform niet toekomstbestendig is. Hierdoor verliest de organisatie het vermogen om adequaat te reageren op veranderingen binnen het commerciële speelveld.

Een toekomstbestendig platform is flexibel en schaalbaar. Dit betekent dat je het snel kunt op- of afschalen en voorzien van updates en nieuwe functionaliteiten, zonder dat daar veel arbeidsintensief en tijdrovend handmatig werk bij komt kijken. Je moet als organisatie dus duidelijk nadenken waar je wensen liggen en vervolgens kiezen voor een CMS-systeem dat toekomstbestendig is én bij je past. Dat kan een headless-systeem, een DXP of iets anders zijn. Goede API's zorgen er vervolgens voor dat al je systemen en softwaretoepassingen goed met elkaar communiceren.

Meer Weten?

Het ontwijken van de in deze whitepaper beschreven struikelblokken is essentieel als je jouw groothandel in het tijdperk van verregaande digitalisering en personalisering goed en toekomstbestendig wilt inrichten! Kijk bijvoorbeeld eens naar deze [referentiecasi](#) om te zien hoe we groothandels begeleiden op hun digitale transitie.

Benieuwd naar wat Aviva Solutions voor jou kan betekenen? Neem dan gerust vrijblijvend contact met ons op. Je kunt ons bellen op [0627061030](tel:0627061030) of een e-mail sturen naar roel.kuik@avivasolutions.nl. Neem vooral ook eens een kijkje op onze [website](#) om te zien welke oplossingen we al voor andere klanten bouwden.





Hoe helpt Aviva?

Op het gebied van klantervaringen groeien b2b en b2c steeds dichterbij elkaar toe. Zakelijke klanten verwachten inmiddels ook via alle kanalen de uniforme en kwalitatief hoogwaardige shopervaring (omnichannel) die voor consumenten al langer de norm is.

Aviva Solutions helpt groothandels om die omnichannelbeleving te realiseren en de brug te slaan tussen b2b en b2c.

- We helpen je bij het ontwikkelen van websites en portals die garant staan voor meer online interactiemogelijkheden en gepersonaliseerde klantervaringen. We werken hierbij met een duidelijk uitgestippeld routeplan en een gedegen design- en ontwikkelvoorstel.
- We ontwerpen en bouwen niet alleen de beste digitale oplossing voor jouw groothandel: we helpen je vervolgens ook om de voordelen ervan maximaal te benutten. Hoe? Door met de beste tools continu de performance van je webshop en platform te toetsen en optimaliseren. Het resultaat: de best mogelijke gebruikerservaring voor jou en je klanten.
- Wij helpen je met het bouwen van een dynamisch en toekomstbestendig e-commerceplatform, een oplossing die een perfecte gebruikerservaring combineert met veiligheid en stabiliteit. We zorgen ook voor een soepele integratie met al je applicaties en backoffice-toepassingen, zoals je CRM-systeem of ERP-pakket. Zo bied je jouw klanten een hoogwaardige omnichannelervaring aan en beschik je altijd over de meest actuele voorraad- en klantinformatie.
- Maatwerk is ook mogelijk. Bestaat het platform van jouw dromen nog niet? Dan ontwerpen en bouwen wij het voor je. Hiervoor gebruiken we altijd bewezen technieken die ervoor zorgen dat jouw platform meegroeit met toekomstige behoeften.