

Jorn Kooistra

alles over

verkopen op bol.com

—



hoofdstuk 1: Wat heeft bolcom te bieden aan jouw?

- kansen voor jouw
- private label
- kosten
- voordelen

hoofdstuk 2: producten kiezen om te verkopen

- basiscriteria
- stappenplan naar winnend product
- vraag naar producten

hoofdstuk 3: goede en betrouwbare leveranciers zoeken

- waar kun je ze vinden
- waar kijk je naar bij het zoeken
- stappenplan naar een goede leverancier

hoofdstuk 4: producten importeren

- air express
- air cargo
- met de boot verzenden
- kosten
- termen die handig zijn

hoofdstuk 5: jouw producten optimaliseren

- CTR
- visuele gedeelte
- product titel
- product omschrijving

hoofdstuk 6: uitbesteding

- fulfilment centrum
- lvb
- klantenservice
- boloo
- laatste tips



INTRODUCTIE

Mijn e-commerce journey begon eind 2018 ik ben toen gestart met het verkopen via Bol.com op 19-jarige leeftijd. Na minder dan een 10 maanden verkopen had dit voor mij al financiële vrijheid opgeleverd. Ik ben toen met mijn studie commerciële economie gestopt, om mij volledig op mijn bedrijf te focussen. Dit was keuze die mij een enorme groei en vrijheid heeft opgeleverd. Momenteel eind 2020 ben ik 22-jaar en heb ik nu ruim 2.5 jaar ervaring en meer dan 700,000 euro omzet via e-commerce. Mijn e-commerce bedrijf is voor 90% geautomatiseerd. Hierdoor ben ik minder tijd kwijt aan mijn bedrijf en ik mij kan focussen op wat ik echt leuk vind. Het helpen van anderen met het behalen van succes via het platform Bol.com. Ik geloof erin dat iedereen succes kan behalen met Bol.com. In dit e-book leer ik jouw daarom alle stappen om succesvol te worden op Bol.com. Iedereen kan met verkopen op Bol.com succes behalen, maar je moet er wel wat voor doen. Steek je handen maar uit je mouwen en lees dit e book door, dan kan ook jij succesvol worden met je eigen business.





HOOFDSTUK 1

Wat kan Bol.com bieden aan jouw?

In dit hoofdstuk leer je waarom duizenden ondernemers kiezen om te gaan verkopen op Bol.com. je leert daarnaast ook de basisonderwerpen en de voordelen van Bol.com. Als je al een verkoper bent op bol.com dan is dit de ideale bevestiging dat jij de goede keuze hebt gemaakt.

Wat is Bol.com nou precies

Waarschijnlijk heeft iedereen er wel eens van gehoord. Bol.com is het grootste webshop van Nederland met meer dan 16 miljoen producten. Elk jaar blijft bol.com groeien. Dit zorgt voor veel potentie voor toekomstige bol.com verkopers. Elke dag worden voor enorme bedragen pakketjes besteld.

De enorme kansen voor jouw

In 2011 heeft bol.com besloten om ook andere mensen te laten verkopen op bol.com. de deuren zijn nu dus ook geopend voor partnerverkopers. Natuurlijk ga je niet je oude fiets verkopen op bol.com, maar verkoop je honderden producten per maand. Op bol.com verkoop je dus als business en niet als een particulier die van zijn oude spullen af wilt.

In de afgelopen jaren heeft het moederbedrijf van bol.com veel investeringen gedaan. Alle verkopen die nu plaatsvinden verlopen een stuk simpeler. Jij als partner van bol.com kan hier natuurlijk veel gebruik van maken. Door alle investeringen kan jij nog meer verkopen. De verbinding tussen jouw en de klant is sterk vooruit gegaan.

Bol.com ondersteunt jouw waar nodig is. Zo krijg je bijvoorbeeld ondersteuning van de klantenservice van Bol.com. Als verkoper krijg je een simpel dashboard waar je alle belangrijke zaken kan zien. De echte kers op de taart is dat je kunt verkopen op Bol.com naast je studie of ander werk. Dit maakt het voor jouw een stuk voordeliger.



Private label

Een van de meest gebruikte en succesvolste manier om alles uit het verkopen op bol.com te halen is private labelen. Private labelen is eigenlijk het inkopen van producten in landen waar de productiekosten heel laag zijn en dan verkopen onder je eigen merk. Grote merken doen dit ook dus waarom zou jij het niet doen als het erg winstgevend is? Doordat je de producten verkoopt onder je eigen naam kan niemand anders dezelfde producten als jouw verkopen. Dit zorgt ervoor dat als mensen jouw product willen ze het per se bij jouw moeten kopen, want niemand anders bied het aan. Private labelen duurt in het begin wat langer, maar uiteindelijk levert het jouw een grotere winstpercentage op.

Kosten om te verkopen op bol.com

Bol.com doet heel veel om het voor jouw als verkoper makkelijk te maken. Dit doen ze natuurlijk niet allemaal gratis. Bol.com werkt met een no cure no pay methode. Dit houdt in dat je past geld hoeft te betalen aan bol.com als je daadwerkelijk iets hebt verkocht. Dit maakt het voor startende ondernemers een stuk makkelijker. Deze betaling heet een bemiddelingsbijdrage. Dit is een percentage van de verkoopprijs van een product.

Het aansluiten van jouw bedrijf bij bol.com is helemaal gratis. Er is alleen één ding nodig om je aan te sluiten als partner van bol.com, namelijk een inschrijving bij de KVK(kamer van koophandel). Dit kost eenmalig €50.

Stel je voor je zou niet verkopen op bol.com, maar met een eigen website. Je moet betalen voor: marketing, het bouwen van een website, klantenservice en ga zo maar door. Bol.com doet dit allemaal voor jouw. Dan is het ook wel zo eerlijk dat zij een heel klein percentage van jouw omzet krijgen. Als je geen omzet maakt betaal je dus ook niks aan bol.com, het risico voor startende ondernemers is dus heel klein.

De bemiddelingsbijdrage is een klein percentage van je verkoopprijs. Als je iets verkoopt sta je dit bedrag automatisch af. De percentages hangen af van het soort product dat je verkoopt en liggen tussen de 4% en 15% Natuurlijk wil je ook weten wanneer jij het geld op jouw bankrekening krijgt. Dit is heel simpel. Aan het eind van elke maand wordt jij door bol.com uitbetaald.



Kleine disclaimer

Verkopen op bol.com is geen “snel rijk worden” methode. Om succes te behalen heb je altijd tijd en moeite nodig. Wat ik wel kan zeggen met zekerheid is dat het een methode is waarbij je grote successen kan halen. Er zijn duizenden mensen die dit succes al hebben gehaald als je kijkt naar de resultaten. Al deze mensen zijn niet slimmer of beter dan jij, maar zij zijn gewoon begonnen met verkopen op bol.com.

Alle voordelen nog even op een rijtje

- Lage opstartkosten voor startende ondernemers met een klein budget.
- Je kunt verkopen op bol.com naast je werk of studie
- No cure no pay, als je geen omzet maakt, betaal je ook niks aan bol.
- 90% van het logistieke gedeelte uitbesteden met logistiek via bol.
- Een passief inkomen genereren, zodat je tijd kan besteden aan de dingen die je belangrijk vindt.

Ik klink nu extreem enthousiast, maar dat ben ik ook. Ik ben ervan overtuigd dat iedereen succes kan behalen op bol.com. verkopen op bol.com biedt enorme kansen en kan heel jouw leven veranderen.

In dit e boek ga je dieper in op alles wat bij verkopen op bol.com komt kijken, zodat je precies weet wat je allemaal moet doen om te starten met verkopen als partner van bol.

De eerste tip die ik je wil meegeven is dat als je dit boek uit hebt, je gelijk moet gaan starten. Verkopen op bol.com heeft een laag risico dus beter nu dan nooit!

HOOFDSTUK 2

Producten kiezen om te verkopen

Het vinden van een goed product om te verkopen is een heel belangrijk onderdeel van het verkopen. De meeste mensen die starten met verkopen lopen vast, omdat ze niet goed weten welke producten zij moeten kiezen. In dit hoofdstuk leer je helemaal hoe jij de beste producten vindt om te verkopen. Door middel van verschillende stappen leer jij het helemaal!

Basis criteria van een winnend product

De prijs

het meest verstandige is om producten tussen de €20 en €80 te verkopen. Bij €20 krijgen klanten gratis verzending. Dit is een reden om jouw product te kopen. Nederlanders willen vaak niet teveel uitgeven dus een maximale prijs van €80 is voldoende. Naarmate je meer ervaring hebt kun je altijd duurdere producten verkopen.

Breekbaarheid

Als een product snel breekt moet je die niet kiezen om te verkopen. De kans is groot dat het product breekt tijdens het verzendproces. Jij moet die kosten allemaal gaan betalen, dus maak je minder winst.

De grootte

Je product moet niet enorm groot zijn. Dit kost jou veel geld tijdens het verzenden proces. Hoe groter en zwaarder een pakket hoe duurder het is om te verzenden naar de klant.

Nu ken je de basiscriteria, maar bijna iedere verkoper kent deze. Om deze mensen een stap voor te zijn geef ik nog wat gevorderde criteria waar je product aan moet voldoen.



Winstmarge

Je wilt natuurlijk aan het eind van het hele proces geld overhouden om in je zak te steken. Kies daarom producten met een grote winstmarge. Voor producten tot €25 moet de prijs ongeveer 8x zo veel zijn als de inkoopprijs. Voor producten boven de €25 moet je het product kunnen verkopen voor ongeveer 5x zoveel. Dit zijn indicaties, het hoeft dus niet precies zo te zijn.

De niche factor

is een product moeilijk te vinden in de gewone winkels dan is dit goed! Dit zorgt er namelijk voor dat die producten sneller online worden verkocht.

Onderscheidend vermogen

Is het mogelijk om iets toe te voegen aan jouw product waardoor jouw waarde omhoog gaat? Als dit zo is dan is dat een goed teken. Je kunt je op deze manier onderscheiden van andere verkopers.

Stappenplan naar een winnend product

Stap 1: zoek op bol.com een categorie op dat jouw aanspreekt. Klik dan op "best verkocht" en doe wat inspiratie op. Maak een document met alle producten die jou aanspreken

Stap 2: kijk ook eens in de sub categorieën. Als je een interessant product vind zet die dan in jouw aangemaakte document.

Stap 3: je hebt nu dus een product gevonden die je wilt verkopen. Kijk nu eerst of dit product goed verkoopt op bol.com

Niet in elke categorie van bol.com kun jij zomaar verkopen. Voor sommige categorieën heb je eerst toestemming nodig van bol.com.



Denk niet te moeilijk

Denk in het begin niet te moeilijk, maar verkoop gewoon producten waar mensen opzoek naar zijn en die zij in het dagelijks leven gebruiken. Alle klanten van bol.com gaan niets voor niets naar bol.com. zij hebben het doel om een product te kopen. Verkoop daarom producten die mensen in het dagelijks leven gebruiken.

Bol.com is de grootste webwinkel van Nederland dus ze hebben het vertrouwen van de klant al. Hier hoeft jij je dus geen zorgen over te maken. Ga ook geen rare verkooppraatjes houden, want deze zijn niet nodig. Let op patenten!

Sommige producten hebben een patent. Dit zorgt ervoor dat alleen de maker of uitvinder dit product mag verkopen. Doe jij dit ook kun je flinke boetes krijgen. Hier kun je checken of er patent op je product zit:
<https://patents.justia.com/>
<https://nl.espacenet.com/>

hoe weet je nou eigenlijk of er vraag is naar je product?

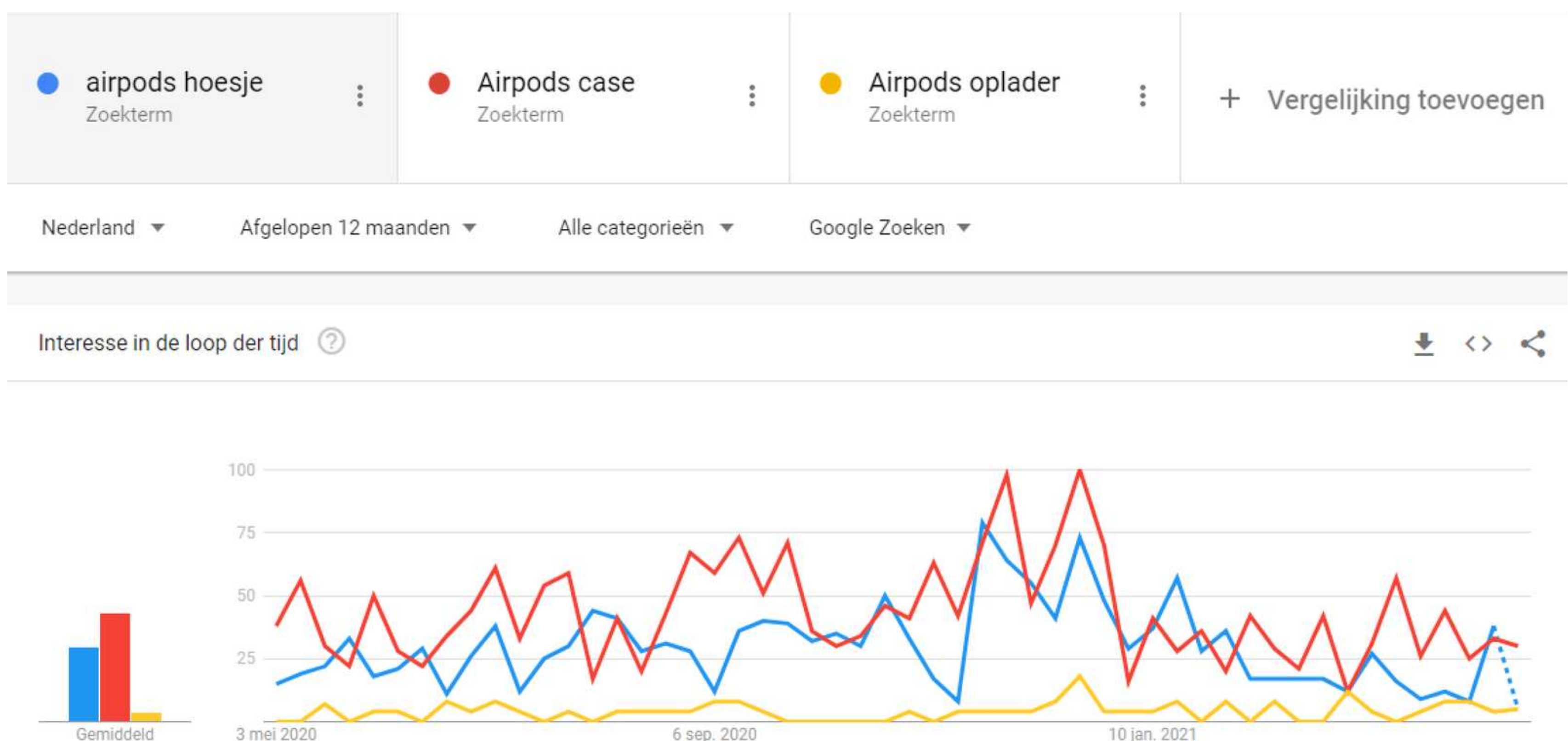
dit kan met google. Google heeft twee tools waarmee dit kan: Google Keyword Planner en Google Trends. Met Google Keyword Planner zie je hoe vaak een woord is opgezocht in de zoekmachine. Je krijgt binnen een regio of land het totale zoekvolume te zien. Dit is dus ook buiten bol.com, maar het geeft wel een goede indicatie.

Hiervoor heb je wel een Google adswords account voor nodig, die maak je via deze link:

https://ads.google.com/intl/nl_be/home/

Je kunt Nederland en België selecteren en kunt vervolgens kijken naar het zoekvolume van een woord. Met Google Keyword Planner kun je niet de online sales zien van een product, maar het geeft wel goed aan of er vraag is naar een product.

Dan heb je daarnaast ook Google trends. Het verschil met Google Keyword Planner is dat je niet het exacte aantal kunt zien, maar je kunt wel zoektermen met elkaar vergelijken en kijken welke meer gezocht wordt. Daarnaast kun je met Google Trends eenvoudig zien of een zoekwoord/product seizoensgebonden is. En nogmaals dit is landelijk dus niet alleen voor bol.com.



Nog een paar tips. Ga bij het uitzoeken van producten altijd uit van feiten. Kies een product nooit uit aan de hand van emotie. Een andere tip is hoe goed bij welke producten je hebt uitgekozen. Ga deze een week bijhouden en kijk welke het best verkopen. Schrijf dit op in een document.

Dit was het einde van het hoofdstuk. Je weet dus nu hoe je producten kunt vinden om te verkopen. Later in dit E boek leer je ook hoe je een leverancier vindt, zodat jij jouw producten goedkoop kan inkopen.

HOOFDSTUK 3

Goede en betrouwbare leveranciers vinden

In dit hoofdstuk ga ik jouw leren hoe jij exclusieve leveranciers vind waarmee jij op lange termijn zaken kan doen. Zonder leverancier geen producten dus ook niks om te verkopen, daarom zijn leveranciers erg belangrijk.

De belangrijkste eigenschappen van een leverancier zijn:

- De prijs van het product moet laag zijn.
- De kwaliteit moet goed zijn.
- Je leverancier moet betrouwbaar zijn.

Waar kun je leveranciers vinden?

In China heb je twee grote platforms waar jij je spullen kan inkopen. Dit zijn Alibaba en Aliexpress. Alibaba is eigenlijk de grote broer van Aliexpress. Het verschil zit erin dat Aliexpress meer voor consumenten is en Alibaba meer voor bedrijven. Veel mensen hebben vaak een vooroordeel over chinese spullen. Zij denken vaak dat die kwaliteit heel slecht is, maar kijk eens rond in jouw huis. Je zult vast veel spullen zien met daarop "made in China". De prijzen zijn vaak heel laag in China en daarom is het erg interessant.

Hier zijn een aantal termen die je moet onthouden voor Alibaba / Aliexpress:

- MOQ: Minimum Order Quantity. Dit is het minimale aantal producten dat je moet afnemen bij de leverancier om een aankoop te doen.
- RFQ: Request For Quote. Met een RFQ laat je de leveranciers weten welk product je nodig hebt. De leveranciers nemen dan zelf contact met je op.
- Trading Company/sourcing agent: Dit is een tussenpersoon tussen de fabriek en Westerse klanten. Je koopt meestal producten bij een fabriek of bij een Trading Company. Kopen bij de fabriek is in de meeste gevallen goedkoper.
- Europese leveranciers die interessant zijn, zijn vaak minder bekend. Dit komt doordat er geen echte 'Europese' Alibaba is. Probeer eens de naam van je product in te typen met daarachter 'supplier , wholesale of supplier Europe'. Vaak zijn leveranciers veel dichterbij dan je denkt!

Dit is waar je naar kijkt bij het kiezen van een leverancier

De prijs

Jij wilt natuurlijk een zo laag mogelijk bedrag betalen voor jouw producten. In China is het heel normaal om over de prijs te onderhandelen, doe dit dus ook! Kijk wel uit dat je niet je leverancier alleen van de prijs af laat hangen, maar neem ook de ander factoren mee in je besluit.

Omzet, track record en beoordeling.

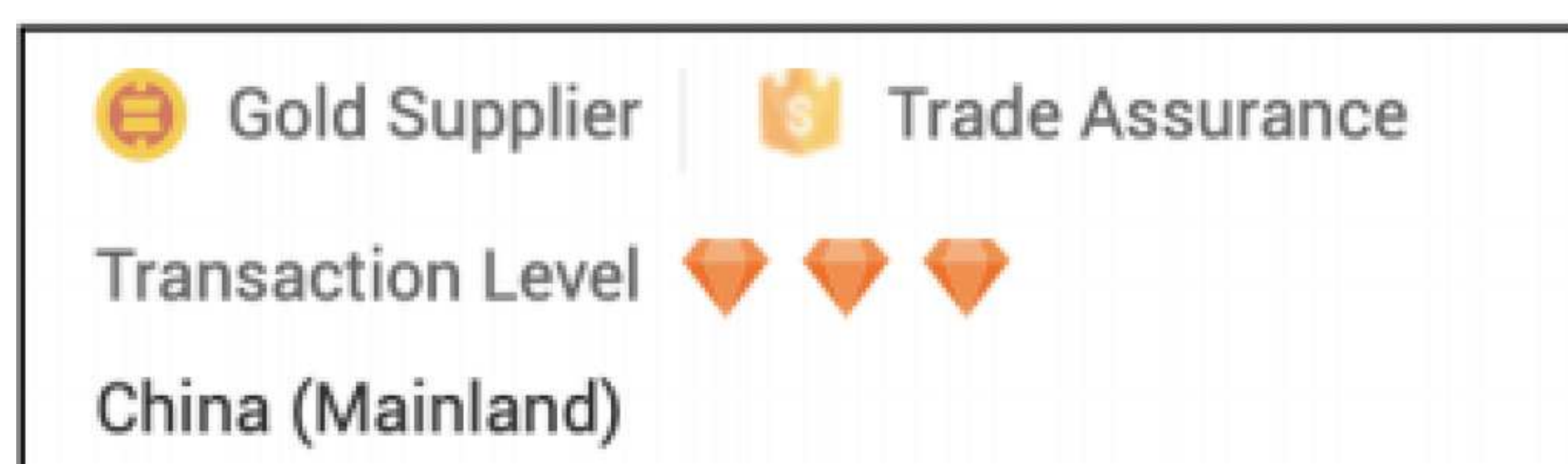
- Krijgt de verkoper minimaal 10 beoordelingen met gemiddeld een gemiddelde beoordeling van +4.5 sterren?
- Is de leverancier langer dan 2 jaar actief op Alibaba? Hoe langer een verkoper actief is, hoe beter. Je wilt dat een leverancier al jaren ervaring heeft.
- Heeft de leverancier in de laatste 6 maanden meer dan 50.000 EUR omgezet met dit product?

Soort leverancier

Sommige leveranciers zijn gespecialiseerd in een bepaalde niche. Je wilt het liefst bij deze bestellen, want bij algemene leveranciers betaal je vaak meer. Zorg ervoor dat je direct bij de fabriek besteld en niet bij een tussenpersoon.

Gold supplier

Als een leverancier op Alibaba een goud icoontje heeft dan is die door een extra scan geweest en weet je dat hij betrouwbaar is. Voor dit icoontje hebben ze moeten betalen dus dit bied meer zekerheid bij het zaken doen.





Het stappenplan om een leverancier te kiezen

Stap 1

Aller eerst ga je contact opnemen met verschillende leveranciers. Leg alleen contact op met de leveranciers die voldoen aan de eisen die we al eerder hebben besproken. Het eerste contact is heel belangrijk en kan bepalend zijn of je zaken gaat doen. Je stuur naar een leverancier altijd hetzelfde bericht. Zoek maar eens een template op. Die vind je makkelijk op internet. Je hoeft dan alleen nog je persoonlijke informatie te geven en klaar. Je kan het bericht verzenden

Stap 2

Je hebt nu al een keuze kunnen maken tussen de verschillende leveranciers waarmee jij contact hebt opgenomen. Wat je nu gaat doen is samples bestellen. Dit is een soort voorproefje hoe jouw product eruit gaat zien. Als de sample is binnengekomen, bekijk het dan vanuit het oog van de klant. Zou jij het zelf kopen? Is de kwaliteit goed? Is het naar verwachting?

Stap 3

Bij de kwantiteit van je bestelling zijn twee factoren aanwezig. Allereerst wil je niet gelijk een bestelling doen waarna je geen geld meer over houdt. Stop 25% van je startkapitaal in je eerste bestelling. Als tweede, je wilt genoeg voorraad hebben. Niks is zo vervelend als niet meer kunnen verkopen als het goed loopt, doordat je geen voorraad meer hebt.

Stap 4

Betaal niet alles vooraf aan je leverancier. Er kan altijd iets misgaan. Betaal 50% voor en 50% na de levering. 30% en 70% is ook gebruikelijk. Als je echt veilig wilt zijn, betaal dan altijd met PayPal. Zij zullen heel vaak voor de kopende partij kiezen als er iets misgaat. Zo ben jij weer een beetje gedekt.



Antwoorden van de leverancier

Beantwoord de leverancier alle vragen die je hebt gesteld?
Het is heel erg belangrijk om een leverancier te hebben die goed kan communiceren

Kan de leverancier voldoen aan wat je nodig hebt? (denk aan verzendtijd, betalingsopties en productiesnelheid)

Je besluit om een bestelling te plaatsen bij een leverancier ligt dus aan de volgende bestelling-criteria's:

De prijs: Wat is de minimale prijs per product bij deze leverancier?

Minimale Order Quantity (MOQ): Komt het minimaal aantal stuks overeen met het budget dat ik heb om deze producten in te kopen?

Betalingsopties/termijnen: Kan ik met mijn gewenste betalingsmethode betalen en is het mogelijk om 50/50 of 30/70 te betalen?

Ik heb nog een handige tip voor je. Als je een product ziet die jouw aanspreekt kun je deze opzoeken op Aliexpress met deze Chrome extensie. Zo kun je precies zien wie de leverancier is en kun jij dit product misschien ook wel verkopen. Het is handiger om van Aliexpress naar Alibaba te gaan, omdat daar de prijzen nog goedkoper zijn.

Korte samenvatting

Dit was natuurlijk heel veel informatie en daarom heb ik alles nog even kort voor jouw op een rijtje gezet.

1. Zoek leveranciers met de juiste criteria die je product kunnen leveren. Contacteer minimaal 5+ Leveranciers. Weet waar je naar zoekt en verwerk dit in je template.

2. Volg het stappenplan en kies de leverancier met het beste product en de beste kwaliteiten.

3. Bespreek de voorwaarden en pak de bestelling criteria erbij. Kies de beste leverancier en plaats je bestelling!

HOOFDSTUK 4

producten importeren

In dit hoofdstuk ga je leren hoe je producten van je leverancier op jouw deurmat krijgt. Dit is niet het leukste hoofdstuk, maar je wilt ook geen onnodige kosten betalen aan belasting. We gaan het niet hebben over producten importeren vanuit Europa, want dit is heel eenvoudig. Hier is een regel voor, namelijk, vrije verkeer van goederen.

Importeren vanuit China

vanuit China heb je twee manieren om producten te importeren.

1. Verzending met het vliegtuig

- Express shipping
- Cargo shipping

2. Verzending met de boot. Een aantal bedrijven die deze verzending verzorgen zijn: DHL, FedEx, UPS, TNT & EMS. Welk bedrijf de verzending verzorgt verschilt per leverancier.

Verschil Air express en Air cargo

Express betekent dat je bestelling van deur tot deur wordt geleverd. Cargo betekent dat je bestelling van luchthaven naar luchthaven wordt geleverd. Hierdoor is Express shipping een stuk makkelijker als je dit niet laat uitbesteden aan een forwarder. Ik ga later uitleggen wat een Forwarder is.

Met Air Express worden je producten het snelst verzonden. Het is wel wat duurder dan Air Cargo, maar tijd is ook geld. Air Cargo is dus de goedkoopste optie, maar hier kun je het best een forwarder voor gebruiken. Als je echt hele grote bestellingen gaat doen, raad ik je echt aan om een forwarder te gebruiken.

Met de boot verzenden

Als je grote hoeveelheden besteld kun je ook een boot gebruiken. Dit is vaak goedkoper, maar er kunnen een heleboel onvoorziene kosten aanzitten. Je koopt een container of een stukje container. Dit is wel de moeilijkste verzendmethode. Het is dus aan te raden om een forwarder hiervoor te gebruiken.

Wil je weten wat je ongeveer moet betalen voor het importeren? Gebruik: <https://estartup.nl/invoercalculator/>



Wat is een forwarder nou eigenlijk?

Ik heb het nu best vaak over een forwarder gehad. Ik ga daarom ook uitleggen wat het is. Een forwarder is een partij die het logistieke gedeelte voor je verzorgt met betrekking tot het importeren. Een forwarder staat tussen jouw en je leverancier en zorgt ervoor dat het importeren van producten helemaal soepel verloopt.

Kosten bij het importeren

Invoerrechten

Je betaald belasting als je producten vanuit buiten Europa importeert. Dit zorgt ervoor dat de Nederlandse markt steeds beter word.

Belasting / BTW

Bij het importeren van producten buiten de Europese Unie moet je rekening houden met het betalen van BTW. Dit is meestal 21%. Je betaald dit, omdat Nederland ook geld wilt verdienen. Als iedereen producten zou kopen buiten de EU dan verdienen we niks.

Inklaringskosten

Inklaringskosten zijn kosten die het transportbedrijf maakt voor de inkleding van de door jou geïmporteerde goederen. In Nederland wordt niet elke bestelling gecontroleerd, dus soms betaal je geen inklaringskosten en soms betaal je wel inklaringskosten.

0 euro tot 22 euro: Geen BTW, geen inklaringskosten, geen invoerrechten

22 euro tot 150 euro: Wel BTW, wel inklaringskosten, geen invoerrechten

Meer dan 150 euro: Wel BTW, wel inklaringskosten, wel invoerrechten

Termen die handig zijn om te kennen

DDP (Delivery Duty Paid)

De verkoper is nagenoeg helemaal verantwoordelijk voor het transportproces tot jij als koper de producten ingeklaard hebt. Als koper zorg jij bij deze methode voor de invoerrechten en ben jij ook verantwoordelijk voor de verzekering.



FOB (Free on Board)

Vanaf dat je producten op de boot liggen ben jij helemaal verantwoordelijk. Je leverancier maakt de documenten op, maar jij als koper betaalt de zeevracht.

CIF (Cost Insurance and Freight)

Jouw leverancier sluit naast de vervoersovereenkomst voor het transport naar de gewenste haven of terminal ook een verzekering af voor schade of verlies van de goederen tijdens het transport. De rest regel jij.

EXW (Ex-work)

Dit is een term die gebruikt wordt om aan te geven dat jij als koper verantwoordelijk bent voor het gehele transportproces. Bij deze term is het van belang dat je op zoek gaat naar een transporteur die dit proces voor jou kan opvangen. Een transport bedrijf is bijvoorbeeld FedEx of DHL.

LCL (Less than Container Load)

Bij deze term heb je een deel van een zeecontainer tot je beschikking. Een deel moet je dus afstaan aan iemand anders die producten wilt vervoeren.

FCL (Full Container Load)

Bij deze term heb je de hele zeecontainer tot je beschikking. Dit is handig om wat grotere producten of bestellingen te importeren. Dit wel duurder dan een deel van de container.

dit is alweer het einde van het hoofdstuk. dit was naar mijn mening het minst leuke hoofdstuk, maar je wilt ook niet zomaar kosten betalen. het is daarom belangrijk om het importeren van producten goed te kennen.

HOOFDSTUK 5

jouw producten optimaliseren

In dit hoofdstuk ga je leren hoe je een product advertentie maakt. Dit is echt een gamechanger voor jouw business, want als dit er goed uit ziet klikken meer mensen op jouw bol.com advertentie en verkoop jij dus ook meer. We gaan ervoor zorgen dat door de perfecte listing op bol.com de klant bij jouw koopt en niet bij de concurrent.

Even voor de duidelijkheid: een productadvertentie is niks anders dan de advertentie die jij online hebt staan met het product dat je aanbiedt. Alle producten die online staan op bol noemen we dus productadvertenties.

Het eerste contact

het eerst wat klanten zien als ze opzoek zijn naar producten zijn: e. Ze zien een foto van het product, de titel, de recensies, de levertijd, de naam van je winkel en een stukje van de omschrijving. Dit moet er dus allemaal goed uitzien, want anders klik niemand op jouw productadvertentie.



Dit is alles wat een klant ziet. Hier begint het optimaliseren al.

Waarom begint het optimaliseren hier?

In grote lijnen willen we drie dingen doen:

- Onze productadvertentie aan zoveel mogelijk klanten laten zien.
- Zoveel mogelijk klanten laten doorklikken naar ons product.
- Zoveel mogelijk aankopen krijgen van de klanten die op ons product hebben geklikt en twijfelen tussen verschillende aanbieders.



Als jouw productadvertentie er goed uit ziet en het populair is, wordt het beloont door bol.com. je product komt hoger in de lijst, dus meer mensen zullen je product zien. Hierdoor heb je een grotere kans op een aankoop, dus meer winst voor jouw.

CTR

Je CTR, (click through rate) is het percentage mensen dat doorklikt naar jouw advertentie toe. Productadvertenties met een hoge CTR komen hoger in de lijst te staan dus meer klanten zullen deze advertenties zien. Conversion rate is hoeveel mensen uiteindelijk iets kopen. Dit wordt net zoals CTR ook beloont door bol.com, want als jij iets verkoopt verdiend bol.com ook weer geld. Hoe hoger je CTR en conversion rate, hoe meer sales.

Optimaliseren van productadvertenties

Wat we nu willen weten is hoe we ervoor zorgen dat zoveel mogelijk mensen doorklikken naar onze productadvertentie en daadwerkelijk een aankoop maken. Oftewel: Hoe verhogen we onze CTR en Conversion Rate?

Een productadvertentie is opgebouwd uit vier onderdelen die belangrijk zijn:

- Het visuele gedeelte, oftewel de foto's
- De producttitel
- De productomschrijving
- De voordelen / USP's

Het visuele gedeelte

Mensen doen heel veel met hun ogen, daarom is Instagram ook zo populair. Ze beoordelen producten dus ook met hun ogen en daarom moet dit er goed uit zien. Goede foto's helpen onze Conversion Rate en CTR omhoog.

- Je afbeelding moet minimaal 1000 pixels horizontaal zijn en 500 pixels verticaal.
- Zorg voor een afbeelding met extra informatie voor de klant.
- Maak een infographic met de belangrijkste voordelen en kenmerken.
- Maak een afbeelding waar de afmetingen van het product duidelijk worden.
- Gebruik minimaal 5 afbeeldingen voor een product.



Denk niet te makkelijk over de productfoto's. dit is waar de klant als eerste naar kijkt. Zorg dus voor foto's met goede kwaliteit. Maak ze zelf of laat jouw leverancier ze maken.

Product titel

De titel van je product moet je niet onderschatten. Dit is desnoods waar mensen op zoeken. Als dit dus goed is zullen meer mensen jouw product vinden en krijg je een hogere CTR en wordt je meer beloont door bol.com. dit is allemaal winst voor jouw. Zorg dus dat dit goed is, zodat klanten jouw kunnen vinden.

Zoekwoorden in je titel

Zoekwoorden zijn alle woorden die klanten in de zoekbalk van bol.com intypen. Zet zoveel mogelijk zoekwoorden in je titel. Klanten zijn vaak opzoek naar iets specifiek. Dus niet naar fitness apparaat, maar naar dumbbels bijvoorbeeld. Zet daarom in je titel zoveel mogelijk specifieke zoekwoorden. Dit zijn de belangrijkste tips voor een goede titel:

1. Gebruik de juiste zoekwoorden van je product. Begin je producttitel met de naam van je product. Waar zijn klanten naar aan het zoeken? Met welke zoekwoorden beginnen je concurrenten?

2. zet de voordelen in je titel. Zet ook in de titel wat voor probleem jouw product oplost.

3. Vermeld productspecificaties die relevant zijn voor je product. Dit kunnen afmetingen zijn of materiaal specificaties. Voorbeelden zijn: Bio, Gezond, Draadloos, Zwart

4. zet je eigen merk in je titel als je die hebt

5. Gebruik streepjes tussen je zoekwoorden. Bol herkent alleen dit streepje als scheidingsteken: - . gebruik niet | als scheidingsteken.

6. typ cijfers gewoon als cijfers en niet als letters. Dit valt meer op voor een klant.

7. De eerste letter van elk woord is een hoofdletter



8. Gebruik gerelateerde zoekwoorden. Kijk naar de gerelateerde zoekwoorden van je concurrenten en gebruik Google Keywords planner hiervoor. Zie onderstaand voorbeeld: Slaapmasker - Reismasker - Nachtmasker. Dit zijn allemaal gerelateerde termen voor hetzelfde product.

Als je al deze dingen in je titel hebt is de kans groter dat klanten doorklikken naar jouw product. Ook kom je dan hoger in bol.com te staan. Dit is een voorbeeld van hoe het eruit kan zien:

SupplyU Dubbel Dock Lader Voor Controller PS4 - Inclusief 8 Thumb Grips
Geschikt voor Playstation 4 - Laad twee controllers tegelijk op

Tip: denk echt uit het perspectief van de klant. Dit helpt jouw met het vinden van de juiste zoekwoorden.

Productomschrijving

Een productomschrijving is de omschrijving van het product dat jij aanbied. Dit is een echte skill. Het is best lastig om een echte verleidelijke productomschrijving te schrijven.

De eerste 150 tekens zijn het belangrijkste voor je productbeschrijving. Een goede productbeschrijving bevordert je Conversion Rate omdat je klanten dit lezen voordat ze overgaan tot aankoop. Daarnaast zou ik als ik jouw was ook je zoekwoorden terug laten komen in je productomschrijving.

1. De opbouw van je beschrijving is simpel. Je begint met het vertellen van alle voordelen van je product. Ook vertel je wat voor probleem jouw product oplost. Maak het zo verleidelijk mogelijk.

2. Hierna gebruik je een aantal bullet points. Als je teveel bulletpoints gebruikt worden ze minder sterk. Zorg ervoor dat ze allemaal kort en krachtig zijn.

3. Na je bulletpoints overtuig je de klant nog om over te gaan tot aankoop. Gebruik eventueel social proof of praat over de bullet points die ze zojuist hebben gelezen. Social proof inzetten houdt in dat je vertelt hoeveel andere klanten al tevreden zijn geweest met het product.



Hier moet je op letten bij het schrijven van een productomschrijving:

- Laat de meest relevante zoekwoorden minimaal een keer terugkomen in je productbeschrijving. Doe dit op een aangename manier voor de lezer.
- Schrijf verleidelijk voor de klant. Benoem de voordelen van het product. Maak absoluut geen taalfout. Dit vinden klanten echt een leuk en zorgt ervoor dat ze niet bij jouw kopen, maar bij de concurrent
- Beschrijf de voordelen van het product als bulletpoints in de omschrijving zodat deze opvallen. De bulletpoints moeten kort en krachtig zijn, dus maak hier geen uitgebreide zinnen van.
- De zinnen moeten kort maar wel krachtig zijn. Stop niet teveel informatie in één zin. Je schrijft voor de klant dus het moet makkelijk te lezen zijn.

Als jij een product verkoopt dat een probleem oplost, zet dit dan in je titel en productomschrijving? Mensen willen het zichzelf zo makkelijk mogelijk maken.

Voordelen van optimalisatie

Het optimaliseren van je productadvertentie brengt heel veel voordelen. Het zorgt ervoor dat meer mensen op jouw product klikken. Hierdoor kom je hoger in de lijst van bol.com en dit zorgt voor nog meer aankopen.

Productoptimalisatie kan echt een struikelblok zijn om niet verder op te kunnen schalen. Zorg er daarom voor dat dit in orde is.



Samenvatting

Je hebt nu best veel geleerd in dit hoofdstuk daarom zet ik de belangrijkste dingen nog even op een rijtje:

1. Verhoog je Conversion Rate en CTR door je productadvertenties te optimaliseren.
2. Optimaliseer je productadvertenties door het visuele gedeelte, de producttitel en de productbeschrijving te optimaliseren.
3. Gebruik relevante zoekwoorden zodat meer klanten je product te zien krijgen.
4. Gebruik de voordelen van je product in je product titel en productbeschrijving.
5. Zet jezelf in het perspectief van de klant en bekijk je product advertentie met een objectieve blik.

in het volgende hoofdstuk ga je leren hoe jij dingen uitbesteed. hierdoor zal je minder tijd kwijt zijn aan je business en heb je meer tijd over voor dingen waar je nog meer geld mee verdiend.

HOOFDSTUK 6

Uitbesteding

Nu weet je eigenlijk alles over het opzetten van een business met bol.com. als je dit allemaal toepast dan weet ik bijna zeker dat jij succes kan behalen. In dit hoofdstuk ga je leren hoe je nog meer ondernemingen kan starten door middel van uitbesteding. Dit komt als laatste kijken bij je business, omdat je eerst zelf een start moet maken. Door dingen uit te laten besteden, ben jij minder tijd kwijt aan dingen die je geen geld op leveren. Uitbesteding heeft dus een groot voorbeeld.

Fulfilment centrum

Een fulfilment centrum is eigenlijk een partner van jouw. Ze helpen jouw met het logistieke proces. Zo doen ze het afhandelen van klantorders, pakketten opslaan, pakketten verzenden en tot en met alle stappen die tussendoor volgen. Dit scheelt jouw heel veel tijd een vooral ook ruimte. Daarnaast is een fulfilment centrum zo ontwikkeld dat ze als er een bestelling bij bol.com gedaan word, ze automatisch een melding krijgen en het bestelde pakketje naar jouw klant verzenden.

Bij hun kun je terecht voor de opslag van al jouw producten. Dit kan op deze manieren:

- Legplanken
- Palletplaatsen
- Gekoelde opslag
- Stapelbakken
- Liftsystemen
- En nog wel meer

Voordelen van een fulfilmentcentrum

Er zijn een heleboel voordelen van een fulfilment centrum. Als je jouw pakketjes laat versturen door een fulfilment centrum dan scheelt jouw het een heleboel tijd, die kan jij beter besteden aan sales of marketing activiteiten. Daarnaast kun jij je business naar een veel hoger niveau tillen, doordat je altijd een snelle levering hebt en het volledig geautomatiseerd is. Als je heel veel orders krijgt is het zelfs goedkoper dan elke keer maar naar het postkantoor te gaan en zelf je bestellingen op de post te doen.



Een fulfilment centrum neemt vaak ook alle retourtjes aan. het fulfilment centrum zorgt er dan voor dat dit helemaal soepel verloopt en geeft jou een seintje, zodat jij het netjes met de klant kan afhandelen en geen negatieve review krijgt.

De kosten

Natuurlijk scheelt de prijs bij elk fulfilment centrum. Het handigst is om hier goed op te letten bij het kiezen. Je betaald ongeveer tussen de 6 en 8 euro voor het afhandelen van een standaard pakket. Voor het afhandelen van een brievenbus pakket betaal je ongeveer 4,5 euro. Daarnaast betaal je ook voor de opslag. Voor een pallet is dit ongeveer 10 euro per maand en voor een legbordstelling 4 euro per maand.

Dit was een indicatie van wat het jou gaat kosten. De prijs per pakket hangt ook af van hoeveel orders jij per maand hebt, hoe meer orders hoe goedkoper de prijs. Je moet niet alleen een fulfilment centrum kiezen om de prijs. Een andere grote factor is de kwaliteit. Als de kwaliteit niet goed is gaat dit jou veel retourtjes opleveren en dit kost alleen maar meer geld.

Lvb

Lvb staat voor logistiek via bol.com. het houdt eigenlijk in dat zij het hele logistiek proces doen voor jou. Eigenlijk is het een beetje hetzelfde als een fulfilment centrum, maar dan van bol.com. jij stuurt jouw producten op naar hun magazijn. Als je dan een bestelling krijgt verzenden zij het naar de klant en is het pakket binnen een dag geleverd. Dit komt heel professioneel over.

Je betaald bol.com hier natuurlijk wel een beetje geld voor. Dit was een heel kort stukje, want lvb is op dit moment niet mogelijk. Door de potentie van verkopen op bol.com is er geen plek meer bij lvb.



Klantenservice

Klantenservice is iets wat iedereen nodig heeft en ook erg belangrijk is. Jij wilt als verkoper natuurlijk jouw klanten zo goed mogelijk behandelen. De klantenservice is niet alleen bedoeld om bestaande klanten te helpen. Het is ook het ideale kanaal om twijfelende consumenten alsnog over te halen om bij jou te bestellen. Klantenservice kost nou eenmaal tijd en die tijd kun je beter gebruiken voor andere dingen.

Je kunt de klantenservice zelf doen, maar ik zou persoonlijk dit uitbesteden. Om de klantenservice zelf te doen heb je heel veel verschillende software. Hoe je dit moet gebruiken wijst zich eigenlijk vanzelf. Ook kun je een deel zelf doen en een deel laten uitbesteden, zoals de mailtjes zelf beantwoorden en de telefoontjes laten doen door een externe partij.

Voordelen van klantenservice uitbesteden

Het uitbesteden van klantenservice biedt veel voordelen. Zoals ik al eerder zei, het geeft jou veel meer tijd die jij kan besteden aan andere dingen. Het bedrijf waaraan jij je klantenservice hebt uitbesteed is gespecialiseerd op dit gebied. Zij zullen dus ook heel snel reageren en een professionele reactie geven. Dit geeft jou Business een professionele uitstraling. Klanten houden van een snelle reactie.

Boloo

Misschien heb je er al wel eens van gehoord, maar boloo is een echt handige tool. Het biedt verschillende dingen aan waaronder:

- Een cursus over verkopen op bol.com
- Product research
- Store management
- Boloo accounting

Ik zelf maak veel gebruik van boloo. Het vinden van producten wordt heel makkelijk door de speciale tool. Je moet er wel zelf wat aan doen dus het is niet helemaal uitbesteed, maar het maakt product research wel een stuk makkelijker en efficiënter.



Kosten

Het bedrijf van boloo wil natuurlijk ook geld verdienen, dat is logisch. Dit doen ze door verschillende abonnementen te verkopen. Bij elk abonnement zitten verschillende functies. Je betaald dit per maand. het is voor een startende verkoper aan de prijzige kant, maar naar mijn mening wel het geld waard.

Ik kan nu natuurlijk alle ins en outs vertellen en hoe het helemaal in elkaar zit. Ik zou eerder aan raden om zelf even rond te kijken op hun site. Daar vind je alle verdere informatie, prijzen en functies. Dit is de link naar de website: <https://boloo.co/?ref=jornkooistra>. Er is een gratis proefperiode van 7 dagen.

Laatste tips

Dit was alweer het e book. Ik hoop natuurlijk dat je veel hebt geleerd en dat je nu van start kan gaan met verkopen op bol.com. ik wil je als laatste nog even een paar korte tips meegeven.

Vallen en opstaan

Dit is denk ik misschien wel een van de meest voorkomende fouten die een starter maakt. Bij het opzetten van een Business ga je nou eenmaal fouten maken. Dit is helemaal niet erg, maar je moet dan niet meteen opgeven. Sta weer op en ga door. Leer van je fout en zorg dat je die in de toekomst niet nog een keer maakt. Van fouten maken wordt jij als verkoper alleen maar beter. Bedenk voor elke fout een oplossing, maar blijf niet stil staan. Ga door!

Maakt je niet druk om anderen

Het feit is dat wel allemaal dood gaan. Dit klinkt hard, maar het is een feit. Doe daarom waar jij gelukkig van wordt en maak je niet druk om anderen. Er zullen altijd mensen zijn die kritiek geven of het niet met jouw eens zullen zijn. Dit is helemaal niet erg. Ieder mens kijkt anders tegen dingen aan. het is belangrijk dat jij doet waar je passie ligt en waar jij blij van word. Fuck it!

Jorn Kooistra
Succesopbol.com

