



E-Business, E-Commerce & Social Media



E-Business, E-Commerce en Social Media

Internet is tegenwoordig niet meer weg te denken uit ons leven. Of het nu prive of zakelijk is, we krijgen te maken met nieuwe mogelijkheden, toepassingen en ontwikkelingen die verbonden zijn met het Internet of juist daardoor ontstaan zijn. De vlucht die E-commerce genomen heeft maar ook invloed van Social Media op hoe bedrijven communiceren en aan hun imago werken.

Het is als prive-gebruiker al moeilijk om alles bij te houden laat staan dat het als klein of middelgroot bedrijf eenvoudig is om een consistent beleid te voeren op het gebied van Internet. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de volgende uitdagingen;

- het (zelf) ontwikkelen en actualiseren van de bedrijfswebsite(s)
- een consistent en professioneel e-mailbeleid
- het gebruik, de inzet en integratie van Social Media platvormen
- het ontwikkelen van een commerciële webwinkel
- het integreren van facturatie en database bestanden
- het promoten van uw producten en diensten via Internet (E-marketing)
- etcetera

Vaak heeft u als ondernemer of directeur niet altijd de tijd en kennis om dit allemaal uit te zoeken en neemt u uw vlucht tot een bedrijf dat dit alles zegt te kunnen faciliteren. U bent dan overgeleverd aan de kennis en kunde van een bedrijf dat vaak gespecialiseerd is in een beperkt deel van de activiteiten op Internet gebied. Echter, het bouwen van een webwinkel is wat anders dan een gewone website laat staan de promotie en marketing daarvan laat staan een goed consistent beleid op het gebied van alle online platvormen en mogelijkheden.

Belangrijk is het ontwikkelen van een "on-line beleid" waarin u professioneel geholpen wordt om te bepalen wat voor uw organisatie en situatie het meeste rendement kan bieden. Hierbij dienen alle componenten op elkaar afgestemd te zijn en ook het onderhoud goed geborgd is.

Internet en websites zijn continu aan verandering onderhevig. Hierdoor is de noodzaak tot aanpassing van de informatie bijna een dagelijkse activiteit. Hiermee dient u als organisatie rekening te houden op het gebied van beschikbare capaciteit en aanwezige kennis en kunde.

E-commerce en E-business

E-business en e-commerce zijn twee begrippen die vaak door elkaar worden gebruikt. Electronic business omvat de hele automatisering van processen, onder e-commerce valt specifiek de distributie, verkoop en marketing van producten en diensten via het internet en andere netwerken.

Het doel van e-commerce is dus het aanbieden van producten (of diensten) via elektronische kanalen zoals het internet. Bijvoorbeeld een website waar de bezoeker uit een assortiment zijn virtuele winkelwagen kan vullen en vervolgens afrekenen om een bestelling te plaatsen.

Doordat een winkel op het web niet plaatsgebonden is en ook geen sluitingstijden kent, is de potentiële klantendoelgroep groter. Vaak besluiten ondernemers met verkoopactiviteiten buiten het internet op hun website een webshop te openen om zo te proberen hun omzet te vergroten.

Met alleen een gebruiksvriendelijke website komt u er niet, mensen moet uw verkoopkanaal ook weten te vinden. Als uw onderneming op dit moment al actief is in de 'offline' wereld, dan weet u hoe belangrijk naamsbekendheid en het opbouwen van een vast netwerk kan zijn voor de resultaten.

Net als de wereld buiten het internet, biedt het web interessante kansen om uw doelgroep te bereiken. Van het verbeteren van uw positie in zoekmachines tot adverteren op websites waar uw potentiële klanten te vinden zijn. In tegenstelling tot offline promotie kunnen uw klanten op het internet direct doorklikken naar uw internetsite, kennismaken met uw aanbod en misschien wel een bestelling plaatsen.

Profiteer op verschillende vlakken

Voordat u zich gaat wagen in het oerwoud van online marketing, is het belangrijk om uw

e-commerce platform goed te integreren in uw bestaande strategie. U kunt uw website namelijk op vele andere manieren promoten dan via het internet zelf. Ook hoeft het promoten van uw website lang niet altijd de hoofdprijs te kosten.

Denk aan het vermelden van uw internetadres op briefpapier, bedrijfsauto's, brochures en relatiegeschenken. Plaats ook een link naar uw website bij de bedrijfsgegevens die u meestuurt met uw uitgaande e-mailberichten. Mensen zullen het als vanzelfsprekend gaan beschouwen om uw website te bezoeken voor meer informatie over uw bedrijf en dienstverlening.

Omgekeerd kunnen mensen die u via internet hebben leren kennen ook via andere kanalen met u in contact komen. Niet zelden oriënteren mensen zich op het internet op een aankoop om vervolgens alsnog naar uw winkel of showroom te komen of een persoonlijke afspraak te maken.

Een goed begin is het halve werk

Voor u de markt op gaat met uw internetactiviteiten, zult u dus moeten nadenken over hoe mensen aangezet kunnen worden naar uw site te komen en met u zaken te doen. Een uitgelezen kans om uw internetdienst breed onder de aandacht te brengen is het moment waarop deze wordt geopend. Dit is ook het beste moment voor wat gratis promotie.

Zorg van te voren voor een persbericht en een verzendlijst. Afhankelijk van uw doelgroep kan dit lokale pers zijn, of vakbladen. Vergeet ook de online media niet. Als u in uw persbericht het innovatieve karakter van uw nieuwe activiteiten benadrukt, is er een redelijke kans dat uw bericht enkele keren geplaatst wordt. Het voordeel van redactionele aandacht is dat dit op de lezer vaak betrouwbaarder overkomt dan een advertentie.

De opening van een nieuw kanaal is dus erg geschikt om uzelf te promoten. Vergroot het effect door een actie te houden op uw website, zoals een tijdelijke kortingsactie of het weggeven van gratis artikelen.

Marketingstrategie

Vaak is online marketing onderdeel van een businessplan of plan van aanpak voor een website, webshop of andere online activiteit. Wilt u online gaan adverteren, dan zult u hiervoor een budget moeten vaststellen. Bedenk van te voren goed hoe u dit geld wilt besteden. Veel bedrijven kiezen naast een vast budget voor advertenties voor een business model waarbij kosten voor extra promotie variabel zijn.

After Sales service

Een goede manier om klanttevredenheid in kaart te brengen en het niveau van je dienstverlening te verhogen, is om na de levering een moment te creëren om de klant te vragen of alles naar wens is verlopen. Zo verlaag je de drempel van klanten om naar je toe te stappen met vragen, suggesties en commentaar. Dit kan in het bijzonder effectief zijn wanneer een klant voor het eerst heeft besteld en nog relatief onbekend is met uw bedrijf.

Positief effect op omzet

Als je je op je e-business portaal duidelijk profileert als een klantgerichte leverancier, zal dit voor veel mensen een argument zijn om juist voor je webwinkel te kiezen. Een hogere tevredenheid zorgt er tevens voor dat klanten sneller geneigd zijn een vervolgbestelling te plaatsen.

Zoek uit waar uw kansen liggen

Het vinden van de juiste marketingmix is geen gemakkelijke opgave. Voor elke markt, elke doelgroep en elk bedrijf bestaan andere kansen en valkuilen. Leer uw potentiële klant kennen, onderzoek wat uw concurrenten zoal doen op dit gebied en stippel uw plannen uit