



Tilroy - Elke Retailer Omnichannel

# 10 REDENEN OM JE WINKEL UIT TE BREIDEN MET EEN WEBSHOP



De lijnen tussen online en offline retail zijn al enige tijd aan het vervagen. Maar waarom zou je je winkel uitbreiden met een webshop en wat zijn de voordelen?

1. Verkoop 24 uur per dag, 7 dagen op 7
2. Je creëert een extra verkoopkanaal
3. In één klik in je winkel
4. Bereik meer klanten
5. Een digitaal uithangbord
6. Pre-sell – Up-sell – Cross sell!
7. Meer connectie met je klant
8. Verhoogde klanttevredenheid
9. E-tickets on steroids
10. Click & Collect als extra troef



# 1. Verkoop 24 uur per dag, 7 dagen op 7

In de voorbije 20 jaar is de **retail industrie getransformeerd** tot een business die 24/7 open is. Wanneer je enkel vertrouwt op een fysieke winkel zijn er regels die je moet volgen voor wat betreft openingsdagen – en uren.

Een gemiste kans om te *verkoopen terwijl je slaapt*. **Je klanten shoppen gewoon door**, thuis in hun pyjama terwijl de kinderen in bed liggen en jouw medewerkers al lang naar huis zijn. Met een online winkel ben je vrij van deze beperkingen.

De lichten zijn altijd aan en de winkel is non-stop open. Bovendien hoef je niet voortdurend aanwezig te zijn of extra personeel in te zetten.



## 2. Je creëert een extra verkoopskanaal

Door je fysieke winkel uit te breiden met een webshop creëer je een verkoopskanaal dat toe laat om een **breder waaier van klanten** aan te trekken.

Omdat je niet langer beperkt bent tot een enkele fysieke locatie, heb je de mogelijkheid om **zowel nieuwe als bestaande** klanten te **ontmoeten waar ze ook zijn**: in je winkel, op hun smartphone, laptop of tablet.





"Een webshop is niet gelimiteerd in  
aantal gangen, rekken of vierkante  
meters"

Peter De Ranter | CEO Tilroy

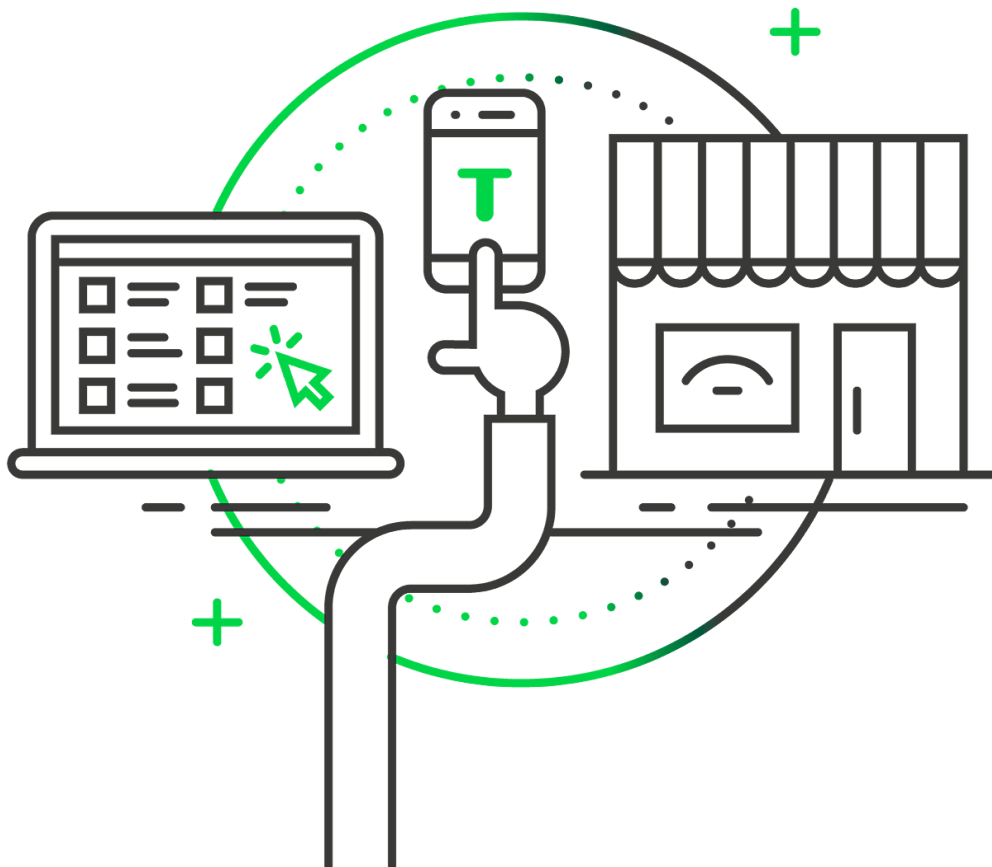


### 3. In één klik in je winkel

Wat zijn de **resultaten** van je e-mail campagnes en je acties op de sociale media? Naast het feit dat deze vaak moeilijk te vertalen zijn in effectieve winkelbezoeken en sales is er een heuse weg die de consument moet afleggen naar je fysieke winkel.

*Je webshop is in tegenstelling tot je winkel niet meer dan één klik verwijderd.*

Bijkomend heb je online het voordeel dat je kunt tracken **hoeveel effect** je campagnes precies hebben gehad en **welke potentiële klanten** je mailing effectief hebben geopend.





"Het aantal online verkopen in een  
bepaalde regio of stad kan een  
goede indicator zijn waar je ideaal  
gezien je volgende winkel opent"

Vincent Gaillard | E-commerce manager Tilroy



## 4. Bereik meer klanten

Potentiële klanten die anders nooit je fysieke winkel zouden binnen stappen maar wel benieuwd zijn naar je aanbod en dat in je online winkel willen komen ontdekken. In hun eigen tijd, **wanneer het hen past en zonder directe verkoopdruk**.

Met een efficiënte e-commerce strategie kun je als lokale retailer het hele land bereiken of zelfs over de landsgrenzen heen gaan. Een webshop kan je ook de nodige **inzichten** geven wanneer je speelt met het idee om een extra winkelpunt te openen.

Zo kan het aantal online verkopen in een bepaalde regio of stad een goede indicator zijn waar je ideaal gezien je **volgende winkel** opent.





## 5. Een digitaal uithangbord

**Ondersteunend voor je fysieke winkel** en een ideaal kanaal om jouw aanbiedingen en promoties **in de kijker** te zetten. Vermeld ook steeds duidelijk je fysieke winkel(s) en de openingsuren op je webshop zodat je online klanten van je fysieke bestaan afweten.

*Mag er gratis worden geruild in je winkel? Vermeld dat dan duidelijk op je webshop*

Wanneer je vermeld op je webshop dat er gratis geruild kan worden in je winkel zal dat niet alleen zorgen voor meer online sales maar ook resulteren in **meer winkelbezoeken én mogelijkheden voor upselling**.





"Je kunt je producten nog vóór ze  
effectief in je winkel liggen al  
aanbieden en verkopen in je  
webshop."

Levyn Leenen | Sales Manager Tilroy



# 6. Pre-sell - Up-sell - Cross sell!

Nog niet alle dozen uitgepakt voor het nieuwe seizoen? Je winkel ligt nog volgeladen met solden artikels?

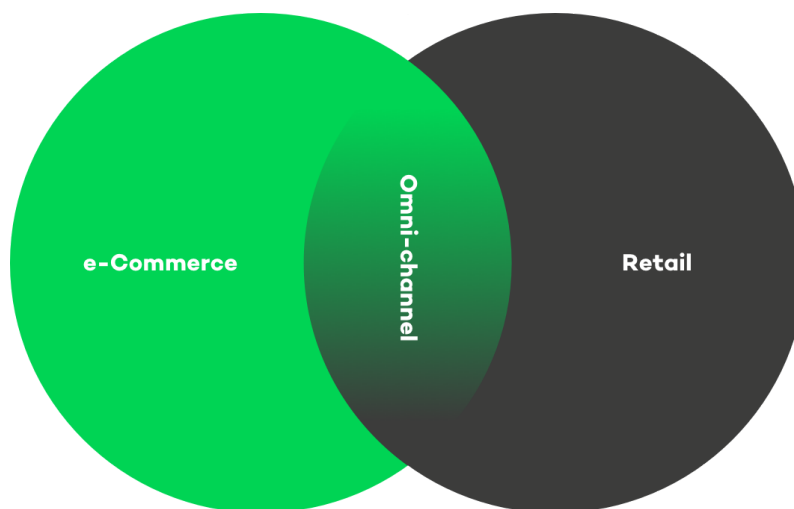
Inderdaad, je kunt je producten **nog vóór ze effectief in je winkel liggen** al aanbieden en **verkopen in je webshop**. Bovendien heb je online heel wat up-sell en cross sell mogelijkheden zonder enige beperking.

Bovendien hoef je je **geen zorgen** te maken over de nodige ruimte of het aantal etalagepoppen die je kan voorzien van een leuke combinatie.

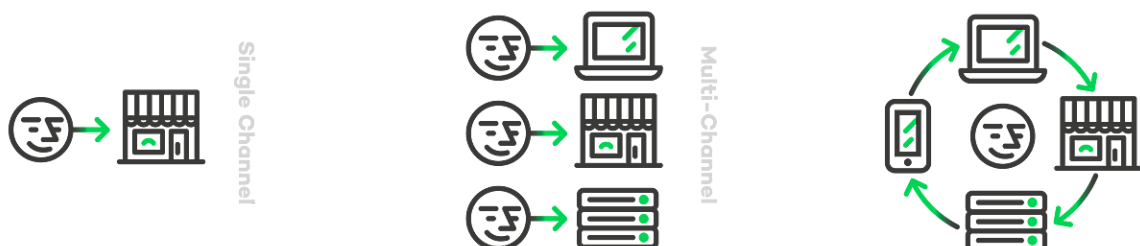


# 7. Meer connectie met je klant

Een online aanwezigheid creëert **extra contactpunten** voor je klanten en daar heb je als retailer alleen maar baat bij.



**Hoe meer contactpunten** je creëert voor je klanten **hoe hoger het engagement van je klanten** en hoe makkelijker het voor je klanten wordt om hun weg terug te vinden naar je winkel of je webshop.





"Hoe vaak heb je het afgelopen jaar  
de vraag gekregen: Staat dat ook  
op uw webshop?"



# 8. Verhoogde klanttevredenheid

Hoe vaak heb je het afgelopen jaar de vraag al gekregen 'staat dat ook op uw webshop'? Maar liefst 85 procent van de consumenten geeft aan dat ze een **uniforme ervaring** willen, **offline én online**.

*Uiteindelijk wil de hedendaagse shopper opties.*

Door producten en diensten zowel online als offline beschikbaar te stellen met behoud van een consistente merkidentiteit en door het bieden van opties als het gaat om betalingen, verzending en afhaling, kunnen consumenten **op hun eigen voorwaarden bij je winkelen**. Dat wil toch iedereen?



## 9. E-tickets on steroids

Stuur je vandaag een digitale versie van je kastickets naar je klanten? **In combinatie met een webshop** worden E-tickets pas **écht interessant**.

Zo kan je in je E-ticket bijvoorbeeld een rechtstreeks link leggen tussen de aangekochte producten en je webshop met oog op upselling. Bovendien is de gemiddelde '**open ratio**' van een E-ticket een stuk hoger dan die van een standaard nieuwsbrief.

Een E-ticket leent zich dan ook uitstekend voor het aankondigen van events, laatavond openingen of aankomende promoties, al dan niet voorzien van een promocode. De mogelijkheden zijn legio **om klanten na een winkelbezoek terug naar je webshop of winkel te 'lokken'**.



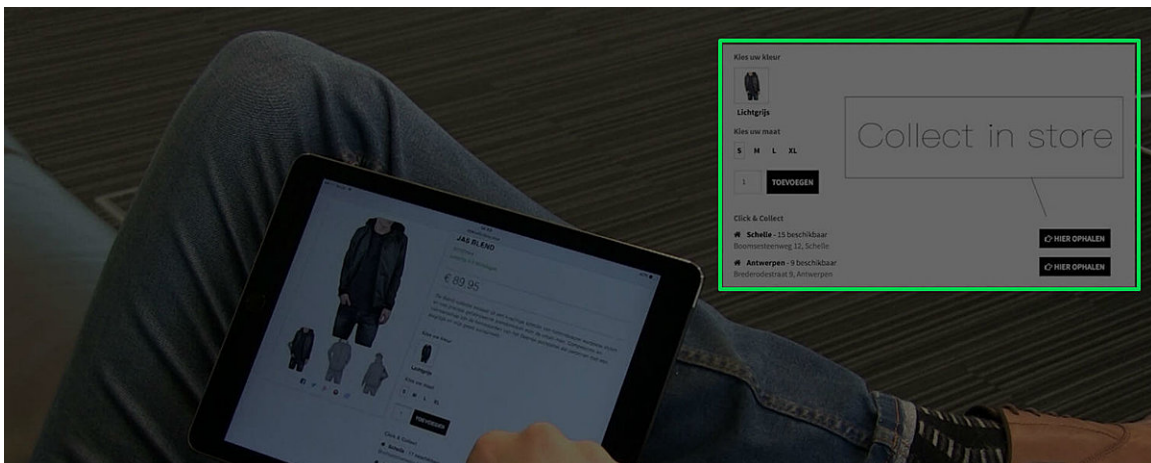


# 10. Click & Collect als extra troef

Click & collect zit in de lift, **online bestellen en in de winkel afhalen**. Wanneer je het als retailer goed aan pakt bied je klanten veel meer dan enkel de snelheid van een webshop. Je hebt namelijk **een extra troef** in handen om een strategie te ontwikkelen waar pure webwinkels niet aan kunnen tippen: De **persoonlijke service tijdens het winkelbezoek**.

In tegenstelling tot pure webwinkels kan jij wél inspelen op de behoeften van de consument. Click & Collect is bijzonder **geliefd bij klanten**. Het **bespaart hen tijd** en ze weten zeker dat ze niet voor niets naar je winkel komen.

Ook moeten ze **geen twee dagen wachten** tot hun product geleverd wordt, of thuisblijven voor de postbode of koerierdienst. Bovendien hebben ze in de winkel de kans om het bestelde product te passen of nader te onderzoeken, wat **de kans op miskopen en retour artikelen verlaagt**.







## BESLUIT?

**Dat e-commerce de klassieke winkels van de kaart zou vegen, blijkt een illusie. De groeicijfers van e-commerce vallen in het niets bij de omzetcijfers van de klassieke winkel(keten)s. De fysieke winkel heeft dus weinig te vrezen van zijn pure online tegenhanger.**

### Echte winnaars

De echte winnaars zijn de omnichannel retailers: zij die hun in-store activiteiten uitbreiden met e-commerce. Of ook omgekeerd: de webshop die één of meerdere fysieke winkels opent.

### Eén centraal beheer met real-time stock levels

Je winkel en magazijn moeten dan wel weten wat er in de webshop gebeurt en omgekeerd. Producten die in de winkel uitverkocht zijn, moeten bijvoorbeeld zonder enige vertraging uit de webshop verdwijnen en omgekeerd. Zo vermijdt je teleurstellingen en niet uitvoerbare bestellingen.

## Meer weten over Omnichannel?

Als je van plan bent om online te verkopen, investeer je best in een kassasysteem met een geïntegreerd e-commerce luik zodat alles in één en dezelfde database beheerd wordt. Zo vermijd je in één klap dubbele invoer en synchronisatiefouten.

PRAAT MET EEN EXPERT

