

Whitepaper

E-commerce-expert worden, waar begin je?

Door Chantal Schinkels





Je wilt je specialiseren in E-commerce, waar begin je?

Jaarlijks besteden consumenten miljarden euro's online. Het aantal webshops stijgt explosief: volgens de KvK komen er elke maand 2000 bij. Toch zien we ook een andere ontwikkeling. Door de werkdruk, kleine marges en hevige concurrentie, sluiten ook weer 1000 webshops per maand hun 'deuren'.

Succesvol worden in e-commerce wordt steeds moeilijker. Daarom is het belangrijk om de ontwikkelingen bij te houden en je goed te verdiepen in het vak. In dit whitepaper laten we zien welke kanten je op kunt, en wat je moet doen om een échte expert binnen e-commerce te worden.

E-commerce consultant

Consultants helpen bedrijven om e-commerce-activiteiten op te zetten of te optimaliseren. We noemen ze ook wel t-shaped-marketeers, omdat ze van alle markten thuis zijn. Ze houden de algemene ontwikkelingen binnen e-commerce nauwlettend in de gaten en hebben een groot netwerk van specialisten.

E-commerce manager

De manager is verantwoordelijk voor de strategie en de behaalde resultaten van een webshop. Hij of zij zet de algemene lijnen uit, bepaalt en verdeelt de budgetten en heeft vaak direct contact met de directie. Als e-commerce manager maak je meestal deel uit van het MT.



E-commerce medewerker

Als medewerker ondersteun je de e-commerce manager. Je kunt bijvoorbeeld aan de slag als webshopbeheerder of prijsstrategiebepaler. Het is een voordeel als je een vlotte pen hebt, dan kun je helpen bij de productomschrijvingen.

Aan de achterkant van een webshop werken natuurlijk nog veel meer mensen. Denk aan een webdeveloper die de webshop bouwt en beheert, de marketeers die de producten op de markt brengen en de dataspecialisten die strategische voorstellen doen aan de hand van analyses.

Waar wil je werken?

Ga je bij een kleiner bedrijf werken, dan word je vaak ingezet als allrounder en is een brede kennis essentieel. Ga je bij een groter bedrijf in dienst? Dan is de kans groot dat je je gaat specialiseren.



01.

Wat is e-commerce en wat moet je kunnen?

E-commerce staat voor electronic commerce, oftewel: elektronische bedrijfsvoering. Alle vormen van commercie die online plaatsvinden, vallen onder deze term. Als e-commerce-expert werk je actief samen met online retailers en help je hun commerciële resultaten te verbeteren.

Het werk van een e-commerce-expert

Als e-commerce-expert analyseer je klantinformatie van e-commercepartners. Deze informatie zet je vervolgens om in strategische en concrete acties. Op basis van de data adviseer je bijvoorbeeld over de optimalisatie van het assortiment. Je volgt trends en ontwikkelingen op het gebied van e-commerce en werkt nauw samen met de salesafdeling. Je doet alles om de online verkoop te maximaliseren en de voorraad te minimaliseren. Zo streef je naar optimale winstgevendheid.

De verschillende markten

Als e-commerce-expert kun je bij verschillende soorten bedrijven werken.

B2C-webshops

Business-to-consumer-webshops verkopen producten rechtstreeks aan de consument. Denk aan Coolblue of Bol.com.

B2B-webshops

Steeds meer zakelijke bedrijven, zoals groothandels, draaien succesvolle webshops. Er zijn een paar belangrijke verschillen tussen een business-to-business-webshop en een B2C-shop. Zo ligt de beslissingsbevoegdheid niet altijd bij diegene die je webshop bezoekt. Daarnaast zijn er vaak enorm verouderde softwarepakketten aanwezig die gekoppeld moeten worden aan het e-commerceplatform. Werken voor een B2B-webshop is erg leuk én uitdagend.

Agencies

Agencies schieten als paddenstoelen uit de grond. Het is in deze tijd lastig om specialisten te vinden, daarom kiezen bedrijven ervoor om bepaalde werkzaamheden uit te besteden. Bijvoorbeeld webshops bouwen en beheren. Bij een agency leer je ontzettend veel, heb je genoeg afwisseling en werk je vaak met collega's die enorm veel kennis in huis hebben.



De zes pijlers voor een succesvolle webshop:

1. Technologie

Een goed e-commerceplatform is het halve werk. Dit is namelijk de basis van je shop. Onze favoriet is Shopify.

2. Content

Content is king. Zorg voor goede productinformatie en communiceer duidelijk over al je kanalen.

3. Specifieke kennis

Je hebt veel kennis nodig van verschillende vlakken. Verdiep je hierin of schakel een agency in.

4. Tooling

Er zijn talloze tools, voor bijvoorbeeld SEO en e-mailmarketing, die het leven van een e-commerce-expert een stuk makkelijker maken.

5. Channels

Er zijn veel communicatiekanalen, zoals Bol.com en Amazon, waar je iets mee kunt doen. Doe onderzoek en kies je strategie.

6. Logistiek

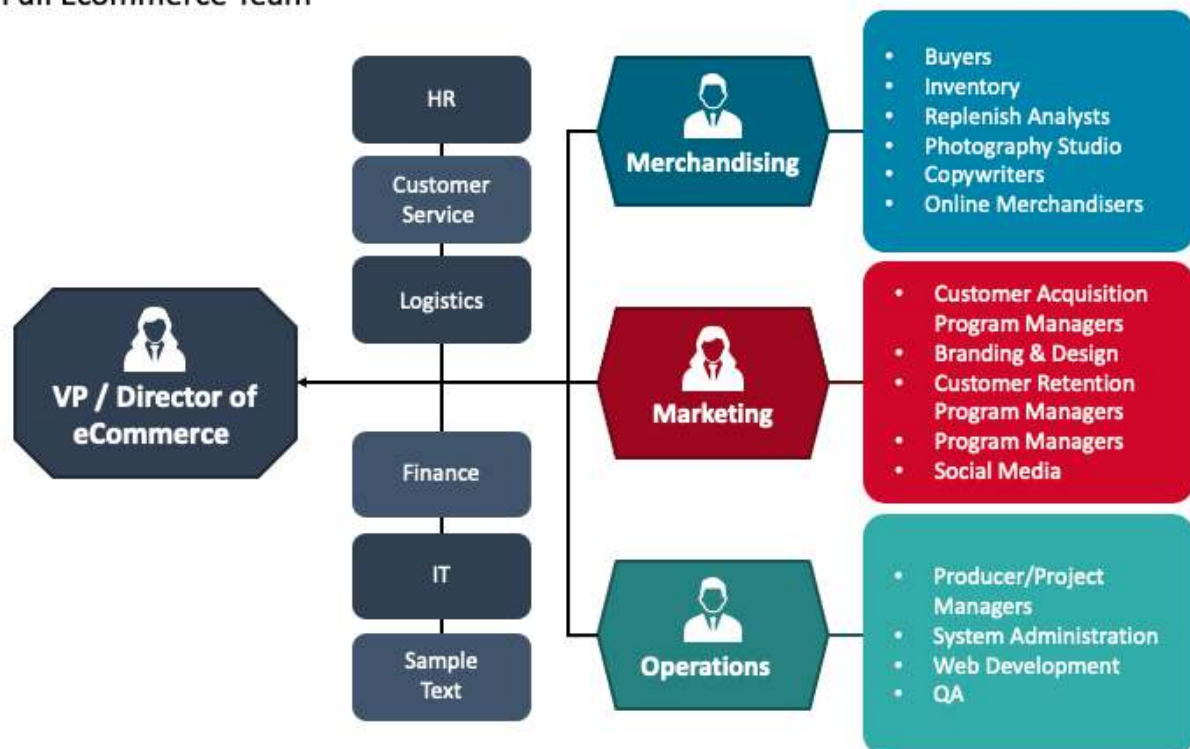
Hoe komt de bestelling uiteindelijk bij je klanten terecht? Zorg dat je dit proces goed inricht.

Je kunt je voorstellen dat specialistische kennis handig is om succesvol online te verkopen. Voor een goed draaiende webshop is een heus e-commerceteam nodig. Zéker als je met de grote jongens mee wilt doen.

Het e-commerceteam

ECOMMERCE ORGANIZATIONAL STRUCTURE

Full Ecommerce Team



Bron: sketchbubble.com

02.

De skills van een e-commerce-expert

Een goede basis is belangrijk als je van start wilt in de e-commerce. Of je nu besluit om als generalist te werken of je juist verder wilt specialiseren. Dit zijn de belangrijkste skills:

- Planning
- SEO
- E-mailmarketing
- Google Analytics
- Kennis van marketplaces
- Pré: webshops bouwen

Planning

Ten eerste heb je een goed plan nodig. Hoe ziet de markt er precies uit en waar liggen je kansen? Wat is je toegevoegde waarde? Doe eerst wat onderzoek en maak daarna een plan van aanpak.

SEO

Het is altijd handig om je te verdiepen in SEO: Search Engine Optimization. Het zorgt ervoor dat je website hoger scoort in de organische, niet-betaalde zoekresultaten van bijvoorbeeld Google. Hierdoor zijn je producten en website beter vindbaar, en bereik je dus een groter publiek. Je verbetert de vindbaarheid van je website door je content aan te passen, maar ook door linkbuilding.

E-mailmarketing

Met deze vorm van direct marketing verstuur je e-mails om je producten onder de aandacht te brengen. Met een goed plan zorg je ervoor dat (potentiële) klanten zich inschrijven voor je mailings, én zich later niet afmelden.

Google Analytics

Data is ontzettend belangrijk in e-commerce, want (bijna) alles is te meten. Bedenk goed welke data je nodig hebt om je webshop te optimaliseren. Ga aan de slag met Google Analytics, de populairste webanalysetool. Je kunt er mee onderzoeken wat er op je website gebeurt. Waar komen bezoekers vandaan, welke pagina's bekijken ze, hoelang blijven ze hangen en waar haken ze af?

Kennis van marketplaces

Marketplaces zijn dé plek om de online verkoop van je webshop uit te breiden. Ze hebben een enorm bereik, sommigen hebben zelfs miljoenen bezoekers per dag. Door mee te liften op de marketing en naamsbekendheid van een marketplace, bereik je een nieuwe doelgroep die anders misschien nooit op je webshop terecht zou komen. Wist je dat 73% van de online consumenten zijn of haar zoektocht naar een product start op een marketplace? Doe wel goed onderzoek, want er is ontzettend veel concurrentie.

Zelf je webshop bouwen

Wil je zelf je webshop bouwen? Dan heb je daar de juiste skills voor nodig. Kies je bijvoorbeeld voor software van Shopify, dan staat je winkelruimte meteen voor je klaar. Inclusief de inventaris en een kassa. Ga je juist voor WooCommerce, dan heb je iets meer technische kennis nodig. Wil je volledig eigenaar worden van je code en heel veel custom maken? Dan is Magento Open Source van Adobe Commerce een optie. Heb je een kleiner budget maar wil je wel volledige controle? Dan is Shopware een goed idee.



03.

Wil je je verder specialiseren? Er valt meer te leren!

Werk je al wat langer in de e-commerce en wil je je carrière een boost geven? Dan is het slim je te verdiepen in onderstaande skills:

- Google Shopping
- Facebook en Instagram advertising
- Cross-border e-commerce
- B2B e-commerce

Google Shopping

Grote kans dat jij je Google-advertenties uitbesteedt aan een agency. Toch is het handig om er zelf ook een en ander over te weten. Zo kun je ook beter beslissen of je er eventueel iemand voor in dienst wilt nemen. Met Google Shopping laat je namelijk via betaalde advertenties je assortiment opduiken in de zoekresultaten van consumenten. Zij zien dan een afbeelding van een product uit jouw webshop, plus een korte omschrijving en de prijs.

Facebook en Instagram advertising

Facebook en Instagram lenen zich ook ideaal voor productadvertenties. Je kunt je producten onder de aandacht brengen bij de gewenste doelgroep en zo voor meer verkoop zorgen.

Cross-border e-commerce

Wil je je producten over de grens aanbieden? Ga dan aan de slag met cross-border e-commerce. België is voor veel webshopeigenaren een logische eerste stap. Houd er rekening mee dat er veel bij komt kijken als je over de grens verkoopt. Denk aan lokale betaalmethoden, plaatselijke regels en wetten, maar ook aan de btw-administratie, verzending en natuurlijk de taalbarrière.



B2B e-commerce

Steeds meer zakelijke bedrijven, zoals groothandels, draaien succesvolle webshops. Er zijn een paar belangrijke verschillen tussen een business-to-business-webshop en een B2C-shop. Zo ligt de beslissingsbevoegdheid niet altijd bij diegene die je webshop bezoekt. Daarnaast zijn er vaak enorm veel (verouderde) softwarepakketten aanwezig die gekoppeld moeten worden aan het e-commerceplatform. Werken voor een B2B-webshop is erg leuk én uitdagend.

Maar er is nóg meer!

Een echte e-commerce-expert houdt zich continu bezig met de optimalisatie van de webshop, om zo de verkoop te laten stijgen. Ga je met een team aan de slag, neem dan ook de volgende skills mee: conversieoptimalisatie, UX-design, online personalisatie en webdevelopment.



04.

Samenvatting

Dus jij wilt je specialiseren in E-commerce.
Waar begin je?

Het leuke is: e-commerce staat nooit stil. De sector blijft innoveren, en daarom raak je niet uitgeleerd.

Begin bij jezelf

Stel jezelf eerst de vraag welke onderdelen binnen e-commerce je het meest aanspreken. Ga je als specialist aan de slag, of wil je alles een beetje kunnen? Je stemt je skills uiteindelijk af op de markt waar je voor gaat werken.

Leren door te doen

Je kunt online veel kennis opdoen, maar er zijn ook veel goede trainingen en opleidingen die je op weg helpen. Heb je genoeg basiskennis? Start dan met kleine projecten voor vrienden of familie. Zo bouw je meteen een goed portfolio op

Succes!



Over Competence Factory

Competence Factory is jouw favoriete opleidingsclub. Al dertig jaar bereiden we professionals voor op hun future job. In 1991 waren we de eerste met internettrainingen en opleidingen in nieuwe media. En nog steeds zetten we de trend, met vooruitstrevende opleidingen in de vakgebieden van de toekomst. Ook zorgen we dat jouw ontwikkeling na je training niet ophoudt: voor én na de lessen staan we voor je klaar.

Bekijk alle e-commerce-trainingen en opleidingen op de website of neem contact op met onze opleidingsadviseurs voor gratis opleidingsadvies:

Marianne Noiman (rechts)

marianne.noiman@competencefactory.nl
030 - 207 8206

Nienke Rothuis (links)

nienke.rothuis@competencefactory.nl
030 - 207 8205

E-commerce-trainingen >



**YOU
GOT
THIS!**

Competence Factory
Stationsplein 89-90
3511 ED Utrecht

030-207 8200
info@competencefactory.nl
www.competencefactory.nl

Volg ons

