WORKSHOP - FEBELNET

MEI– 2017

AGENDA

- WELKOM
- DE WERELD RONDOM ONS
- WAAR STAAT BITLER / FEBELNET
- (ON) GEKENDE MOGELIJKHEDEN
- ROADMAP
- NIEUWSBRIEF CAMPAGNE
- Q&A


Thank
You

WORKSHOP - FEBELNET

ENKELE CIJFERS

FEBELNET: ENKELE CIJFERS

NIEUWSBRIEVEN

4.100+ INSCHRIJVERS

60% OPEN RATE

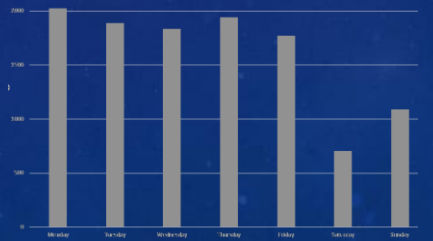
Gemiddelde waarde:
€ 43,74 / winkelmandje

Pagina’s per maand
98.000

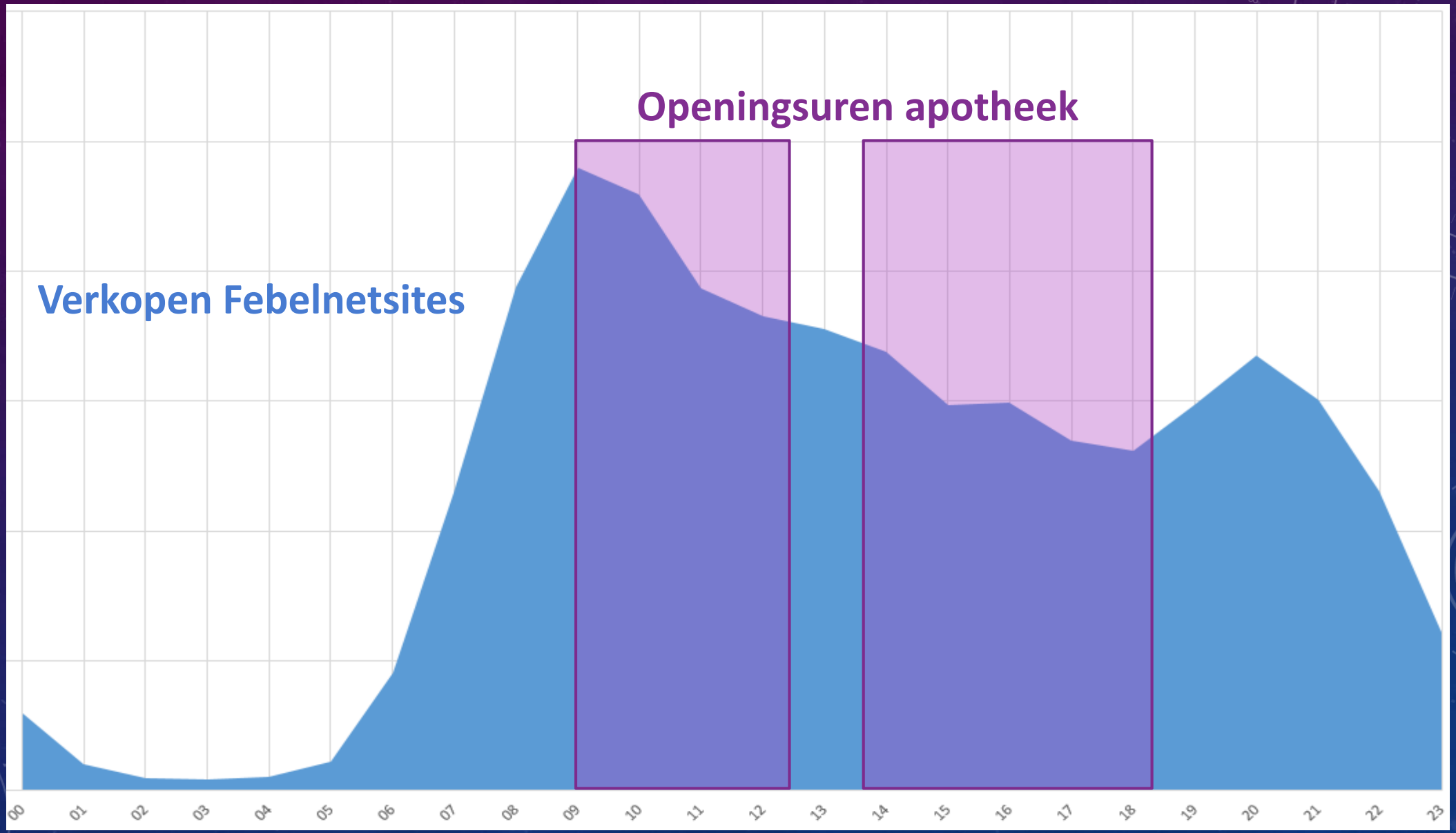
39.000 uitgaande mails

2016: 6.500 orders
17.800 producten

Drukste dag: maandag



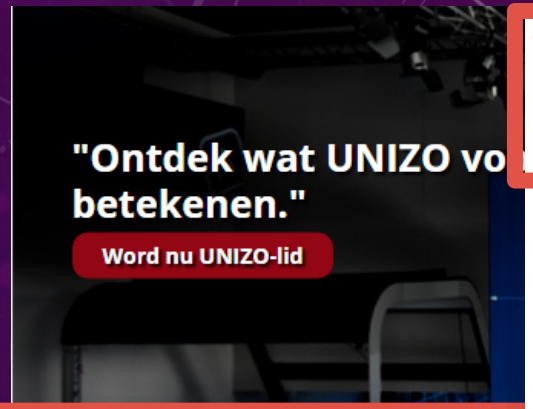
DISTRIBUTIE DOORHEEN DE DAG



WORKSHOP - FEBELNET

DE WERELD RONDOM ONS

REALITY CHECK



UNIZO: Nog altijd doet slec
commerce

Stijging in vergelijking met vorig ja

**Vandaag doet net geen 4 op 10 h
onderzoek. Het zijn er al meer d
handelaars. "Maar het blijft te w
consument zoekt online en koop
ondernemer kan je je het gewoo
aanwezig te zijn". Toch deinzen
tijd of kennis en de grote online
opvallend, nog altijd denkt ruim
voor online verkoop. "Het zal n
mogelijkheden zijn. En als die e
niet onbezonnen aan beginnen
commerceproces via infosessie
ontwikkelde ook in samenwerk
commercetoolbox, vol praktisc
commercebeurs in Kortrijk Xpo
en-ecommerce. UNIZO benadru
fysieke winkel niet zal verdwijn
en betasten. De beleving die je
dan moet je wel het verschil zie**

**handelaars e-commerce als een belangr
zien", aldus UNIZO. In het dossier 'E-com
belangrijke aanbevelingen rond e-comm**

Terwijl gemiddeld 62% van de Europese handelaars een online winkel heeft, verkoopt slechts de helft (52%) van de Belgische handelaars al via internet. Dat blijkt uit een onderzoek door HR-dienstverlener SD Worx.

Hoe ervaren handelaars de impact van e-commerce? Die vraag stelde HR-dienstverlener SD Worx aan bijna vijfhonderd handelaars met vijftig tot duizenden werknemers in België, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Nederland.

E-commerce kende de afgelopen jaren een sterke groei, wat voor heel wat uitdagingen zorgt in de retail-sector. Handelaars blijken wel het belang van e-commerce te herkennen. Toch schakelen ze, in tegenstelling tot hun klanten, minder snel over naar nieuwe technologieën.

België loopt achter

Uit de steekproef blijkt dat 62% van de handelaars een webshop heeft. Kleding- en schoenenwinkels zijn de voortrekkers, terwijl doe-het-zelf handelaars amper gebruik maken van e-commerce. Nederland is koploper: ruim 76% heeft er een webshop. Bij de Belgische handelaars heeft slechts de helft (52%) een online winkel. Van de ondervraagde landen scoort alleen Frankrijk nog lager, met 48%.

Te weinig mobiel

De webshop is wel nog te weinig mobiel: slechts 31% heeft een website die zich specifiek aanpast aan smartphones. Voor alle landen samen heeft gemiddeld een op de vijf handelaars een eigen app voor zijn webshop (21%). Er zijn grote verschillen tussen de landen: Belgische handelaars zijn duidelijk in de minderheid hier (9%), de Britten maken de beste beurt hier (30% heeft een speciale app).

Omnichannel loont

Handelaars zien een positieve impact van e-commerce op hun verkoop en bijna drie op vier (70%) verwacht dat dit nog zal groeien. Meer dan 60% denkt dat wie niet in e-commerce investeert, in de problemen zal geraken.

De traditionele retailsector mag dan de toegenomen concurrentie van grote e-commerce winkels voelen, winkelen in een fysieke winkel blijft belangrijk voor de klant. De meerderheid van de handelaars zijn er dan ook van overtuigd dat de combinatie van een fysieke winkel met een online winkel noodzakelijk is om in de toekomst succesvol te blijven.

Auteur: **Joram De Bock**
vrijdag, 31 maart, 2017 - 12:48

Grote spelers palmen markt in

'Zelfstandigen succesvol met uniek aanbod'

'Als zelfstandige een webshop runnen is niet evident, zegt Karel Van Eetvelt, de voorzitter van de zelfstandigenorganisatie Unizo. 'Zelfstandigen hebben niet de schaal om te concurreren met grote webwinkels. Ze moeten dan ook niet nastreven dezelfde service aan te bieden als Zalando en Bol.com.'

Toch moeten zelfstandigen online actief zijn. 'Maar dat hoeft niet noodzakelijk met een webshop. Dat kan ook met een website die uitgebreid toont welke producten ze verkopen. Zo'n online aanwezigheid is nodig omdat steeds meer mensen voor ze iets kopen online info opzoeken. Ze oriënteren zich online en gaan nadien naar de winkel.'

Volgens Van Eetvelt zijn er door het internet veel kansen voor onlineondernemers. 'Toen de ketens opkwamen, maakten zelfstandigen niet het verschil door mee te gaan in de prijzenslag, maar met een uniek aanbod. Exact hetzelfde moeten ze doen in het internettijdperk.'

De sputterende webshops moeten vaststellen dat de e-commercemarkt volwassen is geworden en dat zij daar de prijs voor betalen. Grote buitenlandse webshops zoals **Zalando, Coolblue en Bol.com** winnen fors terrein. Vorig jaar gaven Belgen volgens de handelsfederatie Comeos 53 procent van de 7,4 miljard euro die ze online spendeerden uit bij buitenlandse webshops.

Van de omzet die voor Belgische bedrijven overblijft, wordt 86 procent gegenereerd door de 472 **grootste spelers**, zoals Colruyt of de Belgische poot van Media Markt, berekende de webwinkelfederatie Safeshops en The House of Marketing.

Service niet te kloppen

'Aan het snelle gratisverhaal van grote spelers als Bol.com kunnen wij niet meedoen', zegt Crynen. 'We **kunnen niet op tegen hun snelle, gratis leveringen**, en ongewenste pakjes kosteloos terugnemen is **financieel niet haalbaar**. Niet alle klanten hebben daar begrip voor.' Decerf van Mount Oberon ging qua service en snelheid wel de concurrentie aan met de grote spelers, ondanks de hoge kosten. 'Een kledingwebwinkel kan niet anders.'

In hun begindagen groeiden de pionierende webshops als kool, maar de jongste jaren krijgen ze klappen. 'We hebben er amper vier jaar over gedaan om 1 miljoen euro omzet te bereiken, maar intussen proberen we al zes jaar om 2 miljoen euro te halen', zegt Crynen van De Kleine Zebra.

De maatschappelijke schade van onlineshoppen: er is werk aan de e-winkel



Ann Peuteman
Redactrice bij Knack

02/02/17 om 16:00 - Bijgewerkt op 01/02/17 om 16:14
Uit Knack van 01/02/17

Jaar na jaar bestellen we meer spullen online. Al die pakketten beginnen voor aardig wat overlast te zorgen: in woonwijken, op kantoren en op de snelweg. 'Er moeten regels komen om de maatschappelijke schade van e-commerce te beperken.'

Bestel je online een nieuwe smartphone bij Coolblue of Vanden Borre, dan kan die vandaag nog bij je thuis worden geleverd. In Gent haalt Zalando jurkjes of laarzen die niet passen gratis weer bij je op, en bol.com belt zelfs op zaterdag bij je aan. Ben je er niet als de koerier voor je deur staat, dan kunnen de buren altijd nog je pakketje aannemen. Maar je kunt ook op zeker spelen en het op kantoor laten bezorgen. Handig, toch? Voor de shopper wel, maar allemaal samen beginnen die duizenden pakketten voor behoorlijk wat overlast te zorgen, en de onlineverkoop blijft jaar na jaar toenemen. Volgens nieuwe cijfers van de federatie voor handel en diensten Comeos kocht liefst 64 procent van de Belgen het afgelopen jaar iets online.

Cross-channel verkoop: beginnen met een e-commerce kanaal

Zoals reeds eerder vermeld, moeten huidige winkeleigenaars e-commerce niet zien als de grote boze wolf die hun klanten weglokt. Ze moeten daarentegen e-commerce omhelzen.

Ecommerce kan voor hen gezien worden als een extra kanaal waar ze hun producten op kwijt kunnen. Met dit extra verkoopkanaal kunnen ze extra omzet gaan genereren. Het feit dat het web dikwijls nog als een echt afzonderlijk kanaal gezien wordt, is echter een struikelblok. Het web moet binnen de bedrijven nog meer deel gaan uitmaken van een geïntegreerde multikanaal-aanpak.

Zo kan men de klanten een coherentere gebruikerservaring bieden. Vele mensen zoeken info online, maar kopen daarna offline. Door deze twee kanalen samen te gebruiken, zal er een synergie tussen de twee ontstaan. De webwinkel heeft dus niet enkel het doel online verkoop aan te bieden, maar eveneens om mogelijke offline aankopen.

Aanwezigheid op sociale media

Ook de aanwezigheid op sociale media is zeer belangrijk. De consument vertrouwt namelijk ook op zijn eigen sociale netwerk om aankoopbeslissingen te nemen. Sociale media wordt (en is eigenlijk al) zeer belangrijk. Niet om producten of diensten te pushen naar 'followers', maar wel om in contact te komen met je klanten en 'brand advocates' voor je merk of winkel te vinden.

BELANGRIJKSTE FUNCTIONALITEITEN

VERREGAANDE AUTOMATISERING	UITGEBREIDE SUPPORT
PROMOMODULE	BLACKLIST FUNCTIONALITEIT
RIJKSTE PRODUCTCATALOGUS	KLANTSTATISTIEKEN
DAGELIJKSE UPDATE	E-PAYMENT (SEQR / BANCONTACT)
AUTOMATISCHE PRIJSUPDATES	RECENTE TECHNOLOGIEËN
LOGISCHE CATEGORIEËN	24/7 BEREIKBAAR
RUIME THEMAKEUZES	DOSSIERS EN THEMAS
NIEUWSBRIEVEN 100% automatisch	KAIZEN

WORKSHOP - FEBELNET

(ON)GEKENDE FUNCTIES

(ON)GEKENDE FUNCTIES: VAKANTIEMODUS

VAKANTIEMODULE

- MAAK MELDING VAN SLUITINGSPERIODES
- SITE BLIJFT DOORZOEKBAAR
- GEEN AFSTRAFFING BIJ ZOEKRESULTATEN

(ON)GEKENDE FUNCTIES: PROMOMODULE

- TOT 12 PRODUCTEN MET NIEUWE PRIJS
- ORIGINEEL DOORSTREEPT
- ZICHTBAAR OP STARTPAGINA



(ON)GEKENDE FUNCTIES: BACKEND PORTAL

uwwebsitenaam.be/admin

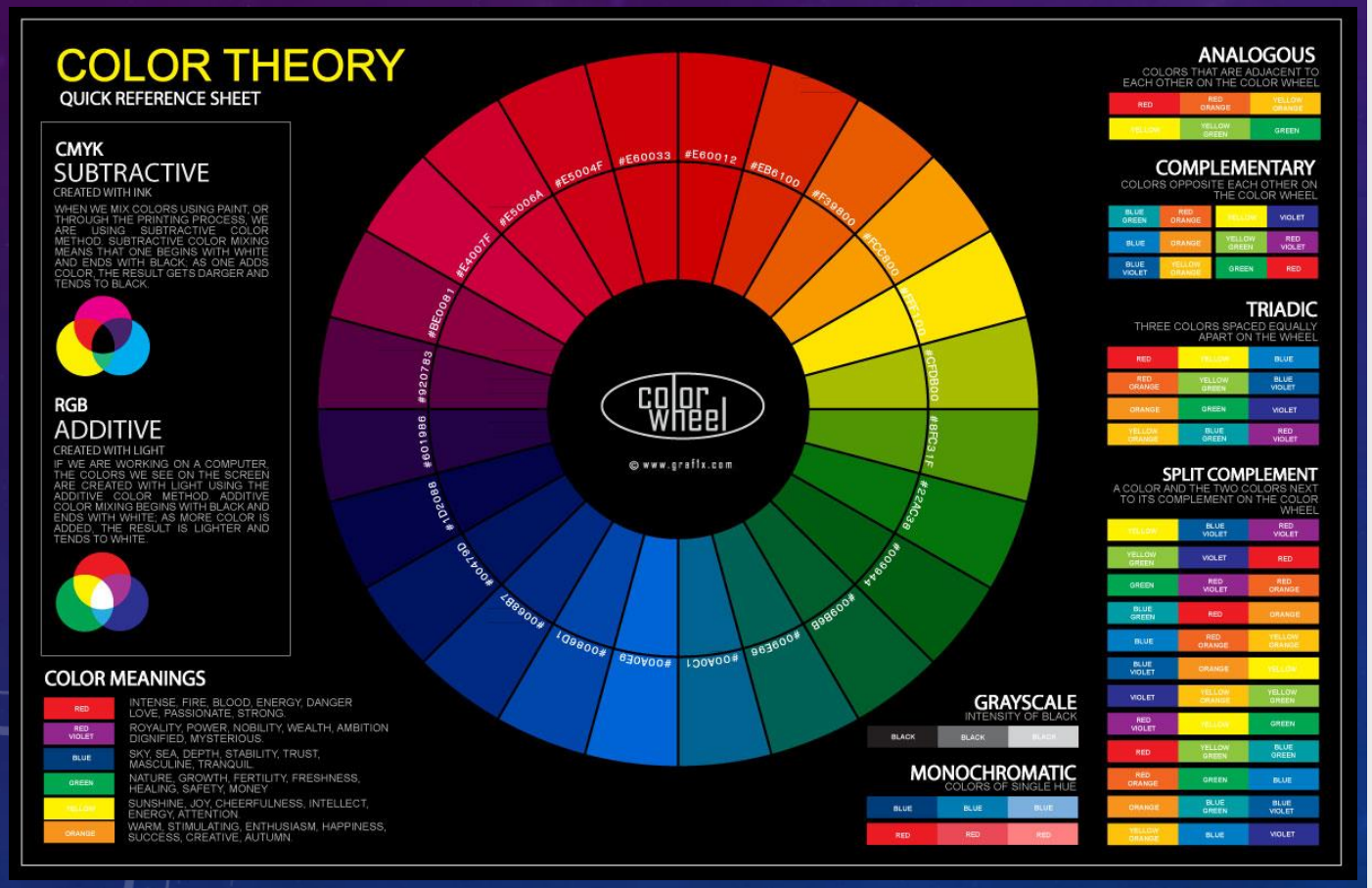
- Overzicht statistieken (zoektermen, aankopen)
- Detail reservaties
- Patiëntenlijst met detail infomatie
- Inzicht nieuwsbrieven
- Beheer modules oa.
  - Vakantiebanner
  - Blacklist
  - Promoproducts

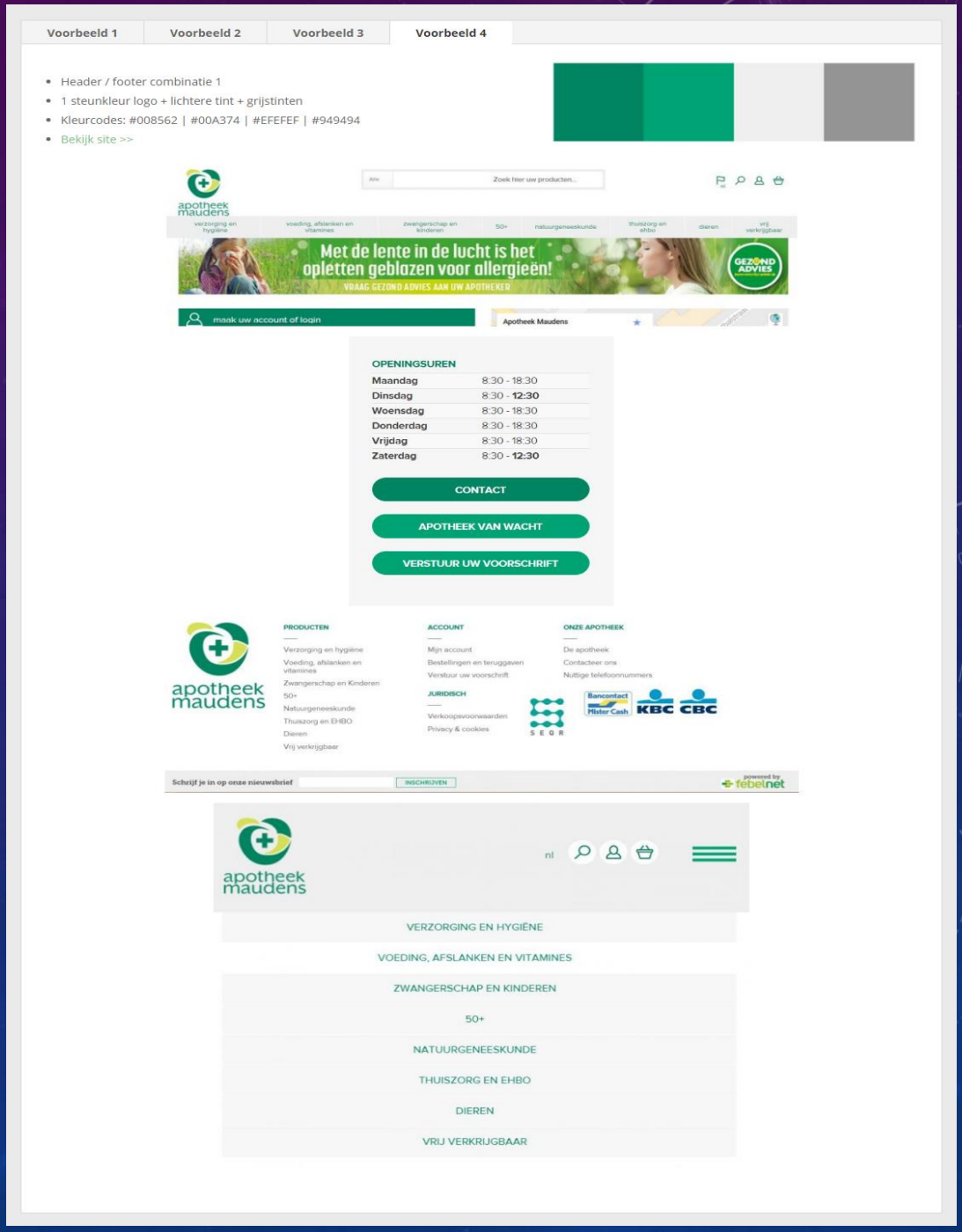
WORKSHOP - FEBELNET

ROADMAP – SHORT TERM

COLORPICKER

- 100 % EIGEN KLEURENPALLET VOLGEN
- EIGEN KEUZE OOK MOGELIJK
- http://www.febelnet.info/kleurschema → Enkele voorbeelden





UPDATE BLACKLIST MODULE

- WAT IS DE BLACKLIST:

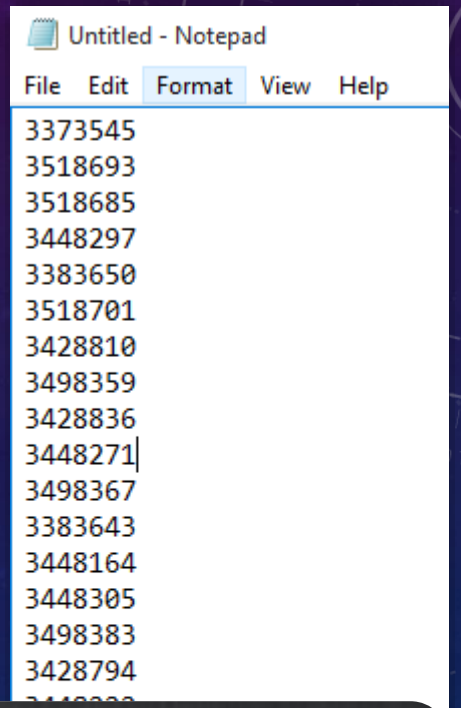
  PRODUCT IS OP STOCK IN APOTHEEK EN WORDT **NIET** BESTELD BIJ FEBELCO

  PATIENT KRIJGT BEVESTIGING – APOTHEEK KRIJG MELDING VIA E-MAIL

  AFHANDELING IS MANUEEL IN APOTHEEK ZELF

- Huidige functionaliteit:
  - CNK PER CNK & MANUEEL TE BEHEREN

- **NIEUWE versie:**
  - **Werken mbv blacklist bestand**
  - **Eenvoudig te uploaden en wissen**
  - **Te exporteren uit huidige pakket**





KORTINGSREGELS OP WINKELWAGEN

VOORWAARDEN + KORTINGSREGELS TOEGEPAST OP VOLLEDIGE WINKELWAGEN

- 10% korting op alle voorschriftvrije

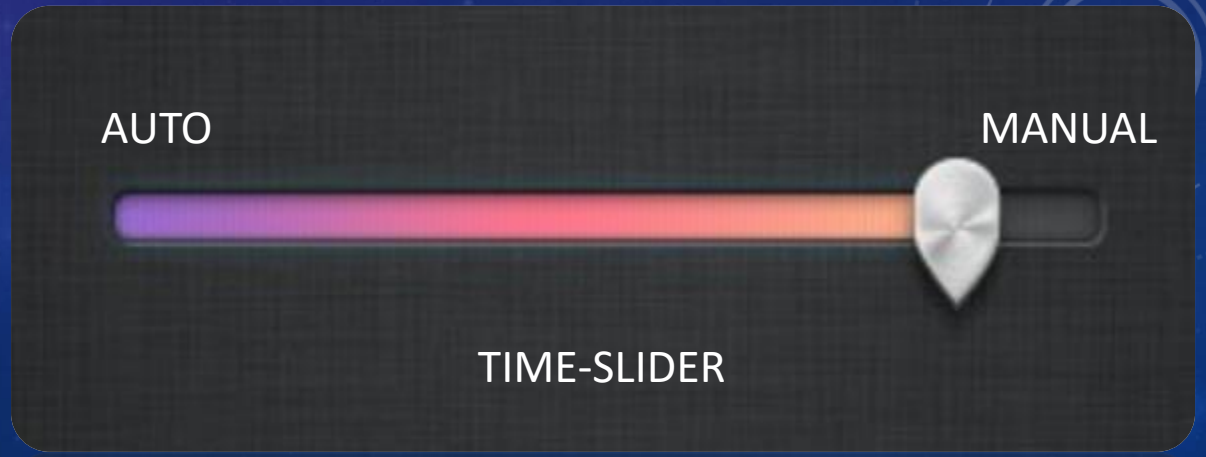
met maximum EUR 2,5

- vanaf bestelling > EUR 100

- EUR 5

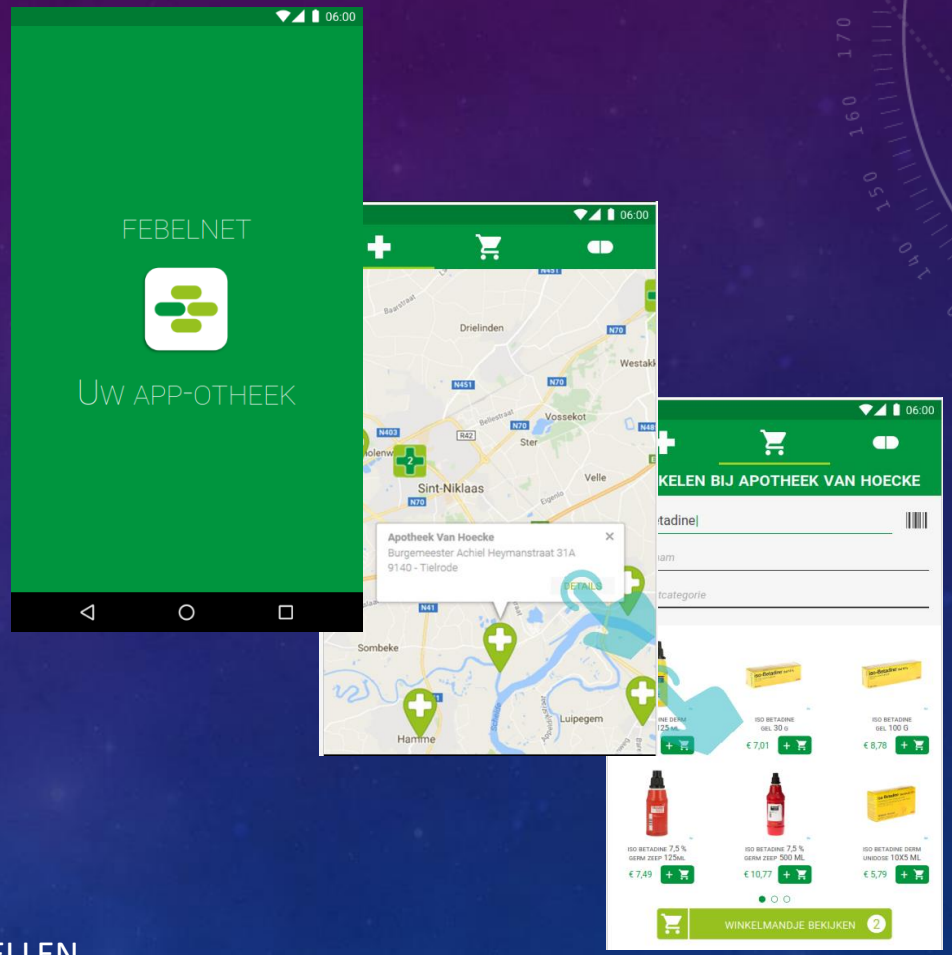
- CNK X aan -50%

MOMENTEEL ACTIVATIE OP AANVRAAG



MOBIELE APP MET TOEGEVOEGDE WAARDE

- APOTHEEK LOCATIES
  - DIRECTE NAVIGATIE
  - Realtime openingsuren
  - Apotheek afbeelding
  - E-MAIL
  - TELEFOON
- INTEGRATIE MET UW WEBSITE
  - ZOEKEN PRODUCTEN + SCANFUNCTIE
  - RESERVEREN PRODUCTEN
  - DOORSTUREN VOORSCHRIFT
- DIGITAAL MEDICIJNKASTJE / PILL REMINDER
  - INVENTARISATIE
  - INSTELLEN HERINNERINGEN VOOR INNAME & BESTELLEN
  - (HER)BESTELMOGELIJKHEID



WORKSHOP - FEBELNET

PROMOOT UW SITE

Google

apotheek neveux

apotheek neveux Verwijderen
apotheek nederland
apotheek neerpelt
apotheek neermeerskaai gent

Welkom op de website van apotheek Neveux-Roelans

https://www.aponr.be/

Onze **apotheek** is gelegen nabij de Parklaan en het ziekenhuis AZ Nikolaas campus MOERLAND.

NI
Welkom bij apotheek Neveux-Roelans. Onze apotheek is ...

Ogen
Ogen. Filter. Sorteren op. Oud naar nieuw, Nieuw naar oud · Naam ...

Verstuur uw voorschrift
Gelieve eerst een account aan te maken of in te loggen alvorens ...

Ademhaling
Ademhaling. Filter. Sorteren op. Oud naar nieuw, Nieuw naar ...

Gynaecologie
Onze apotheek is gelegen nabij de Parklaan en het ziekenhuis AZ ...

Supplementen
Supplementen. Filter. Sorteren op. Oud naar nieuw, Nieuw naar ...

Meer resultaten van aponr.be »

Apotheek Neveux-Roelans - Startpagina | Facebook

https://nl-nl.facebook.com › Plaatsen › Sint-Niklaas › Medisch en gezondheid

★★★★★ Beoordeling: 5 - 5 stemmen

Apotheek Neveux-Roelans, Sint-Niklaas. 184 vind-ik-leuks. www.apoNR.be.

Apotheek Neveux-Roelans - About | Facebook

https://www.facebook.com › ... › Apotheek Neveux-Roelans Vertaal deze pagina

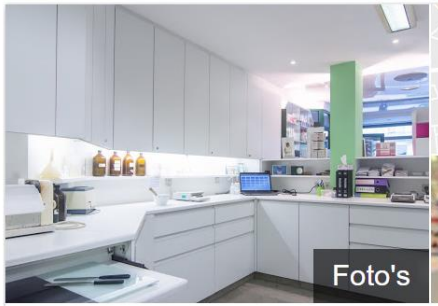
★★★★★ Beoordeling: 5 - 5 stemmen

Apotheek Neveux-Roelans, Sint-Niklaas, Belgium. 184 likes. www.apoNR.be.

Apotheek Neveux-Roelans - Home | Facebook

https://www.facebook.com › Places › Sint-Niklaas › Medical & Health

★★★★★ Beoordeling: 5 - 5 stemmen





Neveux-Roelans

Website | Routebeschrijving

Apotheek in Sint-Niklaas, België · 1,2 km

Adres: Moerlandstraat 104, 9100 Sint-Niklaas

Telefoon: 03 776 63 60

Openingstijden: Vandaag gesloten

Een bewerking voorstellen

Reviews van internet

5/5 Facebook · 5 stemmen

Recensies

Een recensie schrijven | Een foto toevoegen

Schrijf als eerste een recensie

Verzenden naar uw telefoon Verzenden

TO-DO N° 2:

Activeer Facebook bedrijfspagina

Waarom ? Hogere visibiliteit

(BE: 5,5 miljoen gebruikers, 78% logt dagelijks in)

Eenvoudig in beheer (posts, aankondigingen,…)

Direct communicatiekanaal

Hoe?

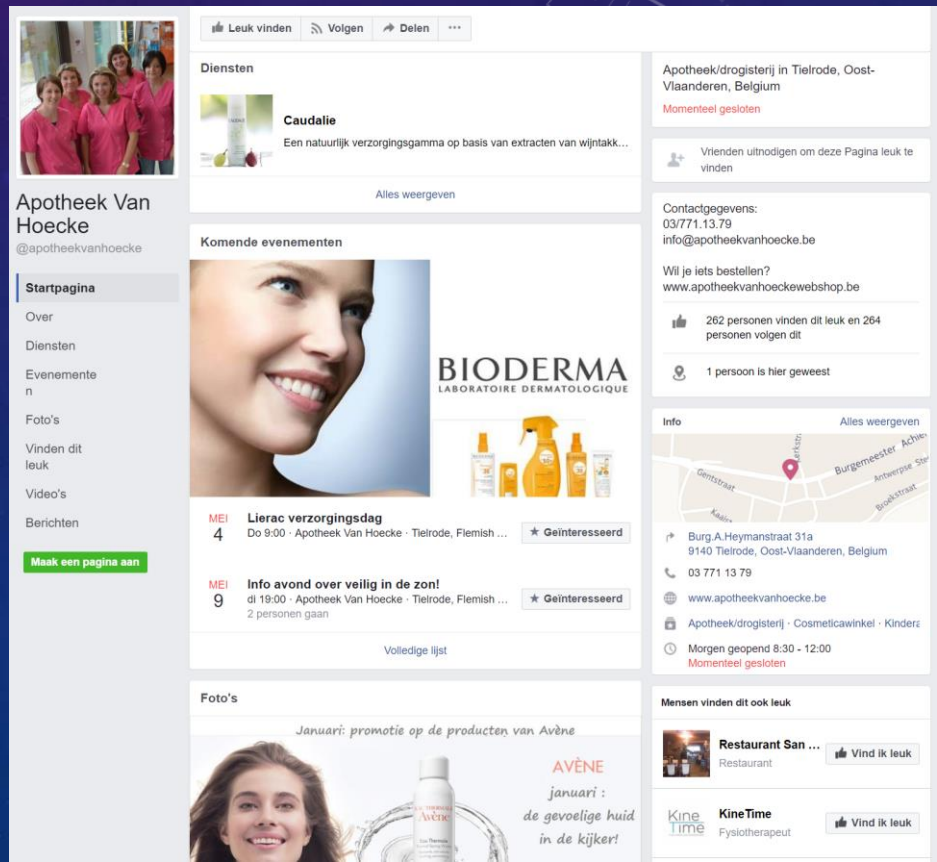
Zorg voor regelmatig nieuwe posts

Gebruik het netwerk via Likes

Antwoord op berichten/vragen

Gebruik beelden en video

Blijf positief en enthousiast



PROMOMOGELIJKHEDEN

TODO N° 3:

PROMOOT CONTINU UW WEBSITE ZOWEL ONLINE, MAAR OOK OFFLINE

Multichannel benadering loont ! Ook offline conversie !

HOE ?

Meegeven flyers

Drukwerk via oa kassaticket, banners, draagtassen

DEMO IN OFFICINA van productcatalogus, extra dossiers

SAMEN INSCHRIJVEN OP NIEUWSBRIEF

EXTRA'TJE VOOR WEBRESERVATIES

…



GEEN GOOGLE ADWORDS ???

PPC-model

Selectie zoekwoorden is zeer belangrijk

POPULAIRE TERMEN: EUR 4 à 8 / woord / click

VOLUME IS BELANGRIJK

SLECHTS 1 WEBSITE BOVENAAN

CONTINUE METING EN BIJSTURING VEREIST

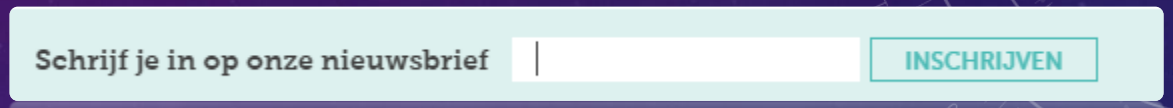
Febelnet AdWords campagne:

4.559.202 vertoningen resulteerden in 9.029 clicks =0.2%

NIEUWSBRIEVEN

MAAK UW PATIËNTEN ATTENT OP HET BESTAAN VAN UW WEBSITE

- BIJ BESTELLING EN 2e BEZOEK
- BIJ RESERVATIE
- VIA TABLET / PC IN DE OFFICINA



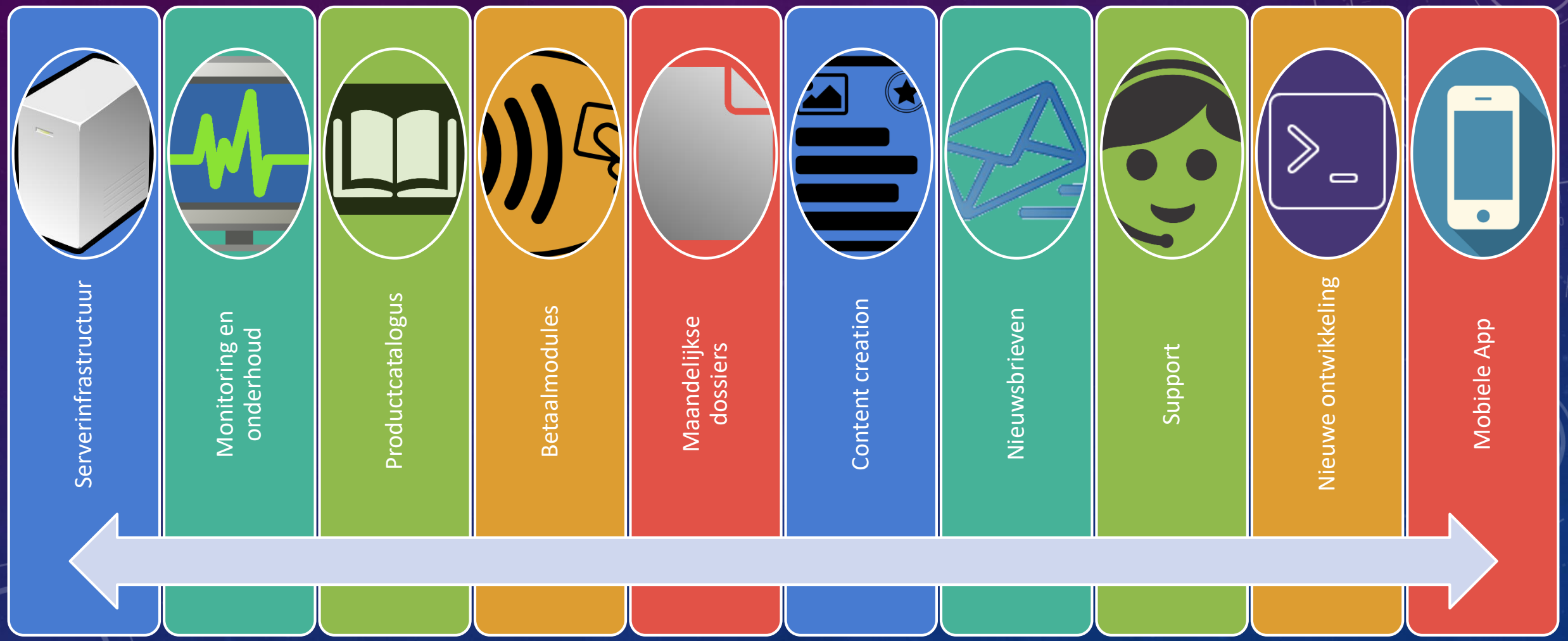
(samen) INSCHRIJVEN OP DE NIEUWSBRIEF

- FLYER
- BEDANKINGSPRODUCT

MAANDELIJKS CONTACT MET UW PATIËNT -ZERO MAINTENANCE

VERHOOGT VISIBILITEIT – AANTAL BEZOEKERS OP SITE - RESERVATIES

FEBELNET: COMPLEET EN COMPETITIEF




Thank
You