

E-commerce

Oktober 2016

- ✓ *Sterke stijging van aantal zelfstandige handelaars dat online verkoopt: vandaag doet 50% aan e-commerce t.o.v. 30% in 2014. Verkoop gebeurt vooral via eigen webshop of website.*
- ✓ *Meer en meer verkoop naar het buitenland; vooral naar de buurlanden.*
- ✓ *9 op 10 zelfstandige handelaars heeft een eigen website.*

UNIZO onderzoekt jaarlijks het gebruik en het belang van e-commerce als verkoopkanaal door en voor zelfstandigen en KMO-retailers in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. E-commerce wordt daarbij gebruikt als de verzamelnaam van manieren waarop goederen en diensten via het internet verkocht worden. Onder retail verstaan we zowel de levering van goederen als van diensten aan de consument.

Als basis voor dit onderzoek werd in oktober 2016 een online enquête afgenomen bij zelfstandigen en KMO's actief in de retail, door middel van een selectie op basis van NACE codes die beginnen met 47. Zowel natuurlijke personen (eenmanszaken) als rechtspersonen (vennootschappen) werden bevestigd. De bevestiging telde 387 respondenten.

Profiel van de bevestigde retailers

Sector

De verscheidenheid en het aantal betrokken sectoren is groot. De meest vertegenwoordigde sector is die van de mode, inclusief textiel- en schoenwinkels (22%), gevolgd door de automobiel sector (met inbegrip van garages, fietsen en brandstoffen, 7%), de meubelsector (inclusief wooninrichting en decoratie, 7%), en voedingsspecialzaken (6%). Daarna volgt er nog een groot aantal verschillende sectoren vertegenwoordigd in de retail.

Grootte

33% van de respondenten werkt als zelfstandige zonder personeelsleden, 41% telt tussen 1 en 4 werknemers, 16% tussen 5 en 9 werknemers, en 11% telt 10 of meer werknemers.

10% van het totaal aantal respondenten is franchisenemer of vertegenwoordigd in een andere vorm van commerciële samenwerking.

Resultaten

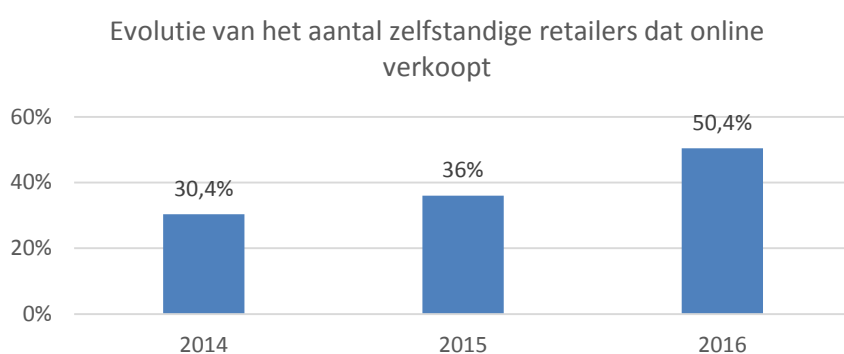
Goede online aanwezigheid

Bijna 9 op 10 van de respondenten heeft een website (88%), slechts 12% niet. De online aanwezigheid is dus goed. De zelfstandige handelaars beseffen dat online aanwezigheid een must is geworden. Om

nieuwe klanten aan te trekken, om top of mind te blijven voor bestaande klanten, of om het de klanten gemakkelijker te maken, die vaak eerst online op zoek gaan naar het productaanbod, openingsuren, etc.

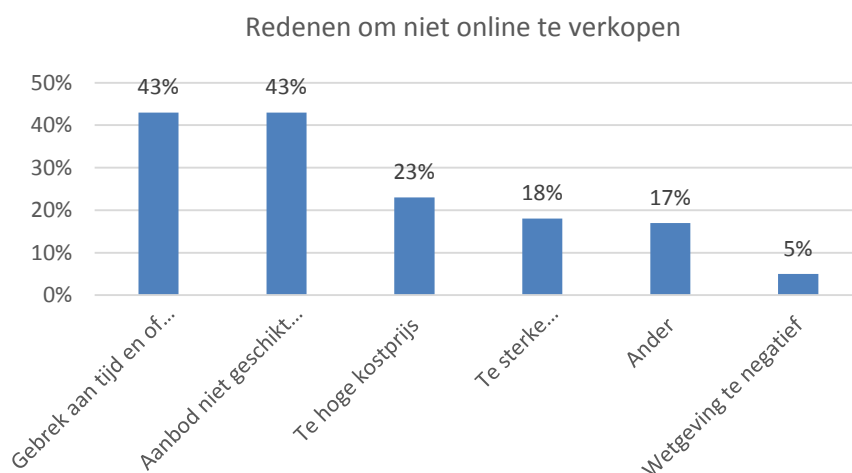
Aantal zelfstandige retailers dat online verkoopt stijgt

De helft van de respondenten doet aan e-commerce en verkoopt zijn goederen of diensten online (via een of ander kanaal, niet noodzakelijk via een webshop). Dit betekent een opmerkelijke stijging t.o.v. de vorige jaren.



Redenen om niet online verkopen

De belangrijkste redenen die worden opgegeven om niet online te verkopen blijven gebrek aan tijd en/of kennis (43%), en aanbod niet geschikt voor online verkoop (43% in totaal, waarvan 28% aanbod van producten, en 15% dienstverlening). Andere redenen die worden opgegeven om niet aan e-commerce te doen zijn de te hoge kostprijs (23%) en de te sterke prijsconcurrentie online (18%). Meerdere antwoorden waren mogelijk.



Daarom begeleidt UNIZO ondernemers in het e-commerceproces via infosessies, tools, gespecialiseerd advies op maat en tal van nuttige publicaties (www.unizo.be/handel-en-ecommerce). En met de

jaarlijkse E-commerce beurs in Kortrijk Xpo, dé Vlaamse vakbeurs voor e-commerce, waar bezoekers onder één dak persoonlijk advies, infosessies over de webshop ontwikkeling, betaalsystemen en marketing vinden. De beurs vindt dit jaar plaats op 7 en 8 november in Kortrijk Xpo. (www.ecommercexpo.be)

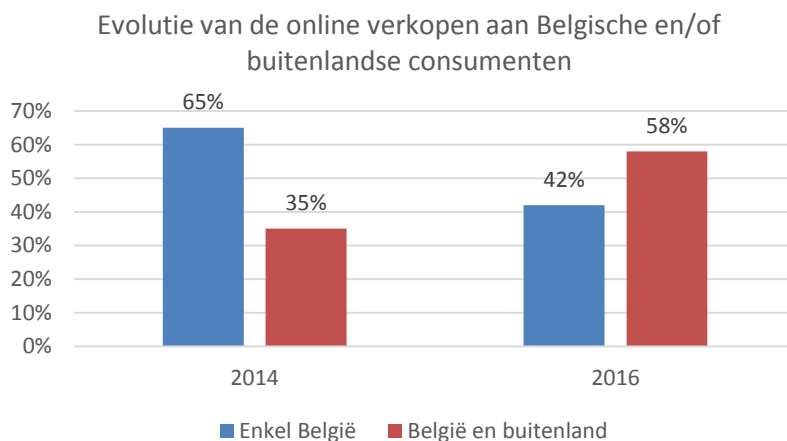
Toekomstplannen

Op de vraag of de respondenten die momenteel niet via e-commerce verkopen overwegen om binnen het jaar te starten met e-commerce, zegt 20% ja. 80% van de retailers die niet aan e-commerce doen, is dus ook niet van plan om daarmee te starten op korte termijn.

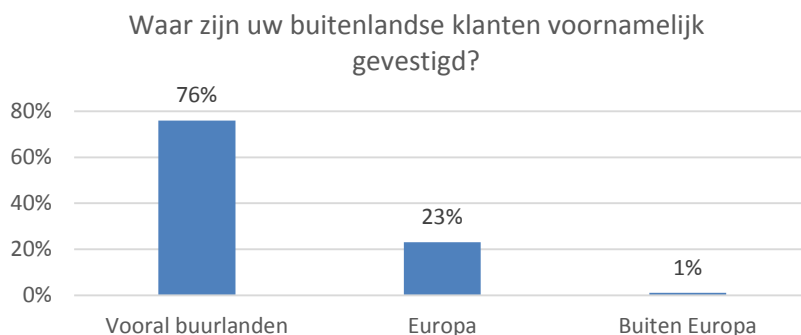
Retailers die wel online verkopen

Meer en meer verkoop naar buitenland

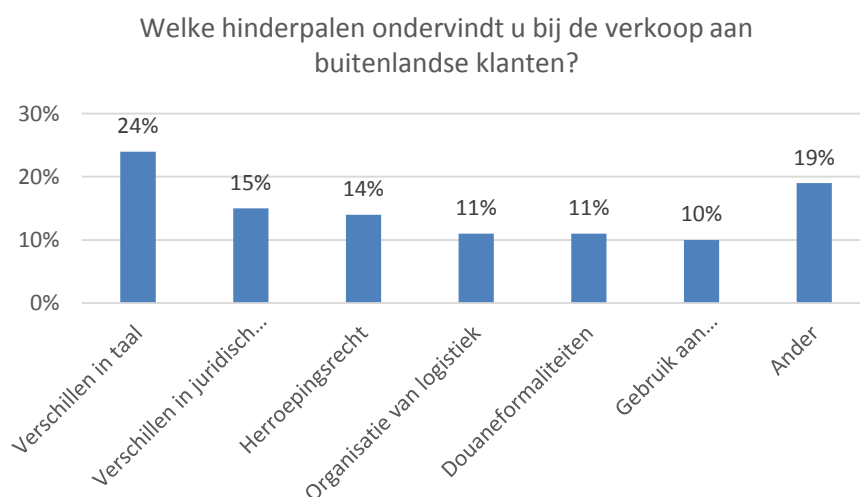
Bijna 6 op 10 van de online verkopers verkoopt ook aan buitenlandse consumenten (58%), 42% verkoopt enkel aan klanten in België. In 2014 was deze verhouding nog omgekeerd (bijna 65% alleen of voornamelijk in België; 35,6% ook aan buitenlandse klanten).



Op de vraag waar de buitenlandse consumenten voornamelijk gevestigd zijn, antwoordt 76% in de buurlanden, 23% in Europa en 1% buiten Europa.



De hinderpalen die ondervonden worden bij de verkoop aan buitenlandse klanten zijn: verschillen in taal (website, facturen, etc., 24%), verschillen in juridisch kader (15%), het herroepingsrecht (14%), organisatie van logistiek (11%) en douaneformaliteiten (11%).



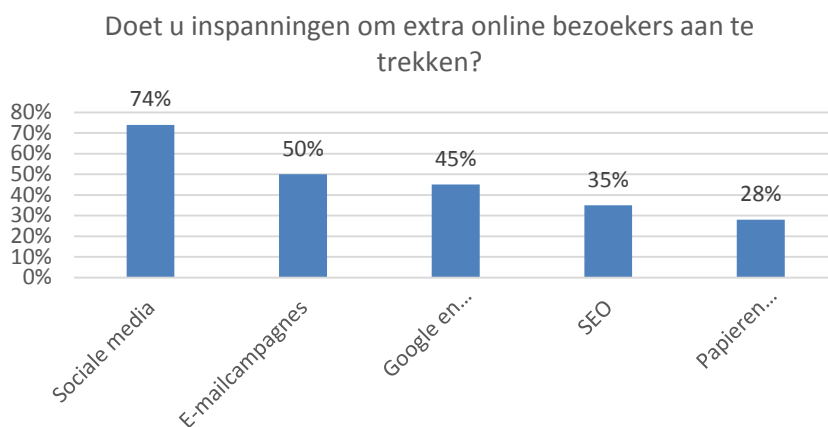
Verkoop vooral via eigen webshop of website

De kanalen die gebruikt worden om online te verkopen zijn: via een eigen webshop (63%), via eigen website (bestellen via mail en betalen met overschrijving, 43%), via een marktplaats (Storesquare, Bol.com, eBay,... ,23%), via een gezamenlijke webshop (met andere zelfstandigen, leverancier, ..., 17%), en via Facebook store (7%).



Aantrekken extra bezoekers naar webshop

De online verkopers doen inspanningen om extra online bezoekers aan te trekken. De sociale media (zoals Facebook, Twitter, etc.) scoren hier het best met 74% (grote stijging met meer dan 20% t.o.v. 2014), gevolgd door e-mailcampagnes (50%), Google en Facebook Ads (45%) en SEO (Search Engine Optimisation, 35%). Ook papieren advertenties worden nog gebruikt (28%).



Beperkte koppeling tussen verkoopprocessen

We peilden ook naar de manier waarop de online verkoop ingepast wordt in de bredere structuur van databanken, logistieke flows en IT-processen. We vroegen in dat verband aan de online verkopers of hun webshop gekoppeld is aan boekhouding, orderverwerking of voorraadbeheer. Hier valt op dat slechts 34% positief antwoord, bij 66% is er geen koppeling. Dit is een status quo t.o.v. 2014.

Logistiek

De manier waarop verzendingen georganiseerd worden verschilt sterk. 51% van de online verkopers verstuurt via een logistieke partner (Bpost, Kiala, DHL,...), 47% zegt dat de klant zijn pakket in de winkel kan komen afhalen, 39% verstuurt ze zelf via de Post, en 25% levert zelf af bij de klant. Uiteraard konden hiervoor meerdere opties worden opgegeven.

Stellingen

In een laatste vraag peilden we naar het algemeen gevoel van de retailers t.a.v. e-commerce aan de hand van een aantal algemene stellingen. Hieruit kwamen de volgende interessante resultaten:

- ✓ Voor 61% van de respondenten is e-commerce eerder een extra etalage en versterking van de fysieke winkel, dan extra verkoop online (21% niet akkoord, 18% geen mening).
- ✓ Slechts een minderheid van 26% ziet de online verkoop als een opportuniteit om zijn klantenbestand naar het buitenland uit te breiden (44% niet akkoord, 29% geen mening).
- ✓ E-commerce wordt niet meer als bedreiging gezien. 56% gaat niet akkoord met de stelling dat e-commerce eerder een bedreiging is dan een opportuniteit (25% wel nog akkoord, 19% geen mening).
