

5 signalen dat je e-commerce aan verbetering toe is + mogelijke oplossingen!

De enige constante is verandering. Je klanten, de markt, je bedrijf: ze zijn continu in beweging en de stroomversnelling neemt alleen maar toe.

Is de webshop of e-commerce die je enige tijd geleden bouwde nog wel wat hij moet zijn?

Je mist flexibiliteit en moet je in bochten wringen om het systeem te laten doen wat jij wil.

Je huidige oplossing is goed genoeg voor standaard e-commerce processen maar wanneer je complexere zaken, die vaak eigen zijn aan groeiende ondernemingen, wil gaan digitaliseren loop je vast.

Wanneer het gaat om zaken die niet in de kern van je [e-commerce applicatie](#) zitten, zoals content management, marketing automation, configuratie mogelijkheden, ... kan je deze rond je huidige e-commerce applicatie bouwen. Enkele voorbeelden:

- Marketing automation tools: [Hubspot](#), ClickDimensions, [Touchdown](#), ...
- PIM: PimCore, Akeneo, [Perfion](#)
- Configurators: [Elfsquad](#), Hive CPQ ...

- CMS: Wordpress, Drupal, Umbraco
- Customer portals: Sharepoint, [Power App Portals](#), ...

Uiteraard is het wel belangrijk om deze producten te integreren met je e-commerce applicatie om de gebruiker een consistente en vlotte e-commerce ervaring te bezorgen.

Zit het probleem echt in de kern van je e-commerce applicatie, denk dan bijvoorbeeld aan het visualiseren van complexe prijsstructuren, varianten, conceptverkoop, specifieke winkelmandjes, logica omtrent het aankoopproces... zal je mogelijk op zoek moeten naar een nieuwe oplossing.

Er zijn heel wat sterke e-commerce pakketten beschikbaar waar je ver mee kan springen.

Het blijven echter producten die een vaste featurelijst en product roadmap hebben. Met andere woorden, een standaardoplossing.

Wanneer je echter specifieke features wil gaan implementeren die eigen zijn aan jouw sector of bedrijf, en die je nodig hebt om je klanten online optimaal te kunnen bedienen, volstaan deze oplossingen vaak niet meer en is een aanpasbaar platform of e-business framework misschien meer iets voor jou.



Het flitst niet. Je webshop of e-business portal gaat te traag.

De grootste frustratie van B2B-klienten is een lange laadtijd van de pagina's op het e-commerce-platform. Deze worden veroorzaakt door een drietal factoren.

Front-end

De front-end zorgt voor de layout van alle elementen op het scherm. Problemen met dit deel van je e-commerce kan je gelukkig vaak met een beperkte investering recht trekken. Meet de snelheid van problematische pagina's met tools als:

- [GTmetrix](#)
- [WebPageTest](#)
- [Google PageSpeed Insights](#)
- [Lighthouse](#)

De data die je via deze tools kan verzamelen zal je inzicht geven in

welke onderdelen van je front-end voor vertraging zorgen. Ga vervolgens met je webbouwer aan de slag om deze te optimaliseren.

Database

Wanneer je je e-commerce platform voedt met data uit bv. een SQL database is het van essentieel belang dat die geoptimaliseerd is, anders kan dat een enorme impact hebben op de snelheid van je platform. In essentie staat of valt je e-commerce platform met een performante databank. Het kan dus de moeite waard zijn een SQL-expert je database-architectuur te laten optimaliseren.

Over de jaren heen is je database flink gegroeid: meer producten, meer soorten productinformatie,

meer klanten, meer online gebruikers, ...

Dit zorgt ervoor dat je platform ook meer data moet kunnen verwerken. In combinatie met een stijgend aantal bezoekers en intensiever gebruik zorgt dit ervoor dat je platform niet zo snel meer werkt dan vroeger. Bekijk met onze database-specialisten om nieuwe mogelijkheden van bijvoorbeeld een SQL-server toe te passen, waardoor de motor achter jouw e-business applicatie getuned wordt.

Hosting-infrastructuur

Wanneer we over echt grote volumes data praten, denk aan enkele honderdduizenden tot meer dan een miljoen productreferenties, dan voldoet een servertje of eenvoudige webhosting niet. Bekijk samen met een ervaren IT-architect of een upgrade van de hosting-infrastructuur voor de nodige paardenkracht kan zorgen.

Er is geen integratie met je achterliggende bedrijfsapplicaties zoals ERP, CRM, PIM, ...

Als je e-commerce platform niet geïntegreerd is met achterliggende IT-applicaties mist je klant belangrijke informatie, zoals nettoprijzen of voorraadgegevens.

Dit zorgt voor meerdere niet-geconnecteerde eilanden waar je data moet beheren. Je data is niet alleen inconsistent, het wordt ook een stuk tijdsintensiever om die te beheren.

Door inconsistente data op je platform te ontsluiten, worden klanten niet op een correcte manier geïnformeerd en verliest je platform geloofwaardigheid. Bovendien kan het ook ronduit tot fouten leiden.

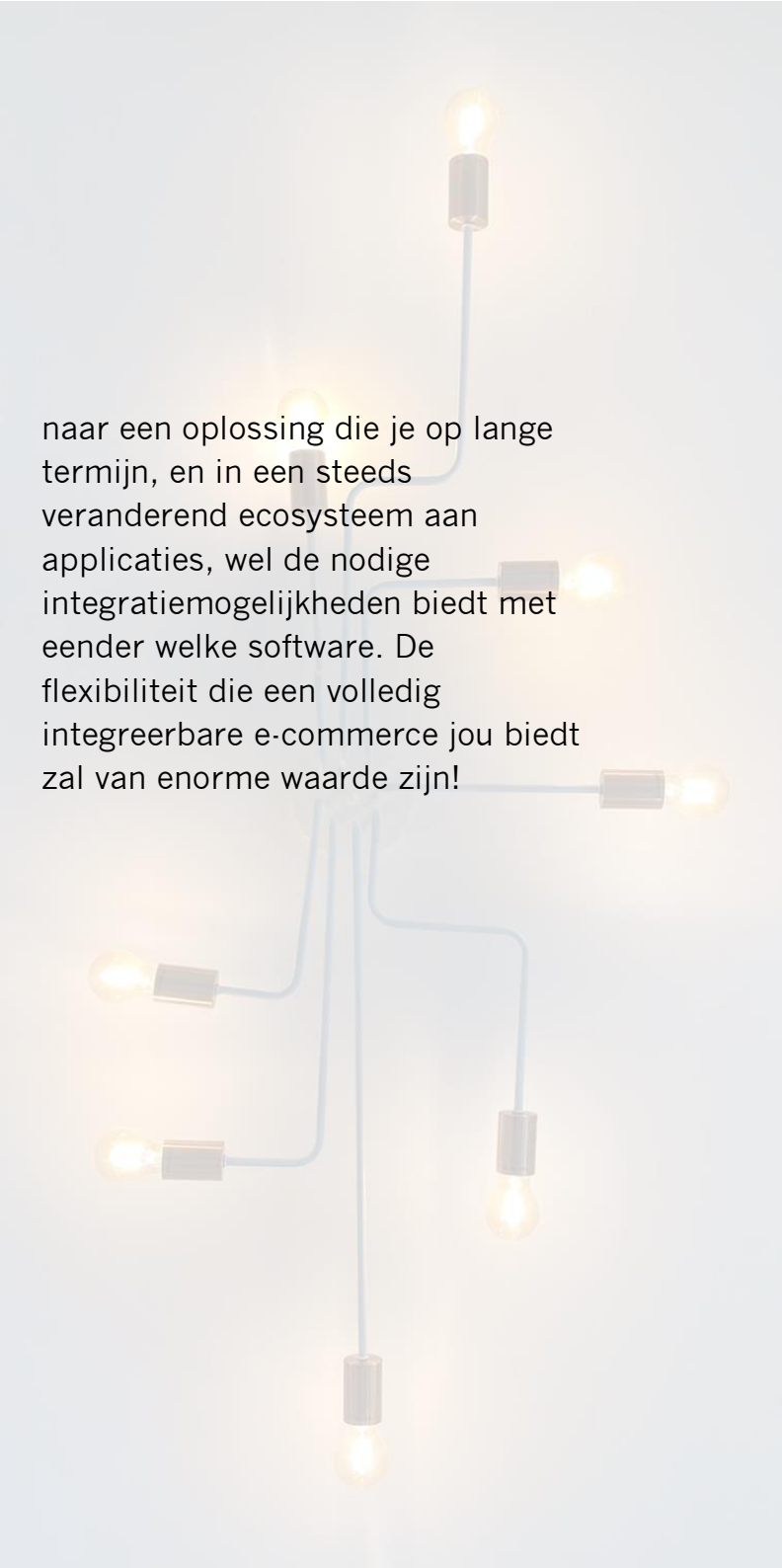
Integratie moet bovenaan je agenda staan als je met e-business start. Zit je nu zonder dan zijn er misschien tijdelijke tussenoplossingen:

- [Azure API service](#)
- [Zapier](#)
- [Jitterbit](#)
- [Power Automate](#)

Het grootste voordeel van deze tools is dat je er zelfs geen letter code voor hoeft te schrijven! Het nadeel is dat ze een cruciale schakel vormen in je e-business waarover je geen 100 % controle hebt.

Check zeker ook de webservices en API's die ter beschikking zijn in jouw ERP, CRM of andere bedrijfssoftware. Misschien kan je IT-partner je wel helpen om alsnog efficiënt gegevens te ontsluiten naar je e-business platform zonder third party software!

Wanneer je echter een complex kluwen aan achterliggende IT-applicaties hebt, ga je beter op zoek



naar een oplossing die je op lange termijn, en in een steeds veranderend ecosysteem aan applicaties, wel de nodige integratiemogelijkheden biedt met eender welke software. De flexibiliteit die een volledig integreerbare e-commerce jou biedt zal van enorme waarde zijn!

De gebruiksvriendelijkheid van je digitaal platform is niet OK. Je klanten vinden hun weg niet.

De kans op slagen van jouw e-commerce platform is sterk afhankelijk van de gebruikerservaring. Wanneer klanten moeite hebben met het terugvinden van relevante informatie, het plaatsen van bestellingen, het raadplegen van orderinformatie, ... dreig je hen kwijt te raken.

Vaak zijn oudere platformen niet meer volgens de huidige regels van de kunst opgebouwd, waardoor een optimale gebruikerservaring niet gegarandeerd kan worden. De gemiddelde B2B aankoper legt zijn lat steeds hoger wanneer het op user experience aankomt. Dit is te wijten aan de gebruikerservaringen (UX – user experience) die ze hebben in de consumentensfeer. En

je [B2B e-business platform](#) moet volgen om relevant te blijven.

Vermoed je dat er iets schort, of ben je heel zeker omdat je klanten klagen? Dan kunnen deze tools je inzicht bieden in hoe je huidige webshop gebruikt wordt.

- [Google Analytics](#)
- [Microsoft Clarity](#)
- [Matomo](#)
- [Hotjar](#)
- [Whatusersdo](#)
- [Usabilla](#)
- [Uservoice](#)

Deze tools laten je analyseren waar je gebruikers op vastlopen, en wat er beter kan voor hen.

Soms heb je echter nood aan een externe blik. We geven je met plezier een 'second opinion' en verwijzen je

indien nodig door naar UX / UI specialisten in ons netwerk.

Je kan het bovendien ook altijd gewoon vragen aan je klanten, via een kwantitatief en kwalitatief onderzoek. We bevragen regelmatig in opdracht van bedrijven hun klanten om zo beter te kunnen inspelen op hun digitale verwachtingen.



Je e-commerce platform ondersteunt je strategische doelstellingen niet langer.

E-business is één van de middelen die je gebruikt om je strategische bedrijfsdoelstellingen te behalen.

We zien vaak twee scenario's. Ofwel werd de webshop destijds gestart als een snel experiment in online verkoop en moet het nu meer kunnen. Ofwel zijn in tussentijd de bedrijfsdoelstellingen en ambities gewijzigd. In beide gevallen sluit de online aanwezigheid niet meer aan op de bedrijfsnoden en is het rendement navenant.

E-business kan je helpen in het behalen van omzetdoelstellingen, het verlenen van extra services aan je klanten, het behalen van een hogere operational excellence graad, het verrijken van je producten, ... E-business is bijna altijd méér dan een middel om

online te verkopen. Wanneer je voelt dat je huidige platform je strategische doelstellingen niet verder ondersteunt, of er zelfs eerder afbreuk aan doet, is het tijd om in te zetten op een nieuw platform.

Ga niet meteen sleutelen!

Neem een stap terug en schets je digitale toekomstoplossing. Gebruik [een externe e-business expert als klankbord](#) en facilitator om alle neuzen van je managementteam in dezelfde richting te krijgen. Door middel van een design thinking workshop zetten we je strategie om in een passend e-business concept.

Met dit concept kan je vervolgens de selectie van e-business partners en oplossingen aanvangen.



Probeer altijd eerst te optimaliseren wat je hebt maar bereid parallel je volgende sprong voor.

In het geval dat je slechts één van deze signalen in mindere mate herkent, kan je gebruik maken van de oplossingen die we in dit artikel naar voor schuiven.

Wanneer je echter voelt dat één van bovenstaande signalen niet meer op te vangen valt, of erger nog, je meerdere van deze alarmbellen ziet afgaan is het tijd om je e-commerce platform te vervangen.

Laat je in deze keuze vooral niet te veel leiden door een korte termijn visie, maar breng in kaart wat je op lange termijn nodig zal hebben om jouw klanten op een optimale manier te bedienen!

Meer inzichten en inspiratie:

- [Het digitale verhaal van Foylo](#)
- [De chatbot, jouw digitale collega](#)
- [Outilac – De Munter: menukaart voor e-business](#)
- [Impact van COVID-19 op Vlaamse B2B e-business](#)

www.natcheurope.com

info@natcheurope.com

tel.: 09 340 66 76



Powered by  ESC