



# Hoe manage je meer dan 50.000 producten

in jouw B2B-webshop?

# Inhoudsopgave

Je webshop wordt groter, en nu?	4
Problemen die ontstaan bij een grote hoeveelheid producten	5
Wat moet je niet doen?	6
Wat zijn je opties?	7
Welke functionaliteiten zijn nodig voor een grote webshop?	8
Welk platform moet je kiezen voor e-commerce?	9
Wat wij zouden adviseren	12
Wat doe je met je voorraadbeheer?	13
Wat is een PIM-systeem?	13
Wat zijn de opties om jouw voorraad te koppelen?	14
Een goed CRM-systeem	15
Automatiseren op grote schaal	18
Het boekhoudprogramma	20
Koppel alles aan Middleware	22
Tips voor de webshop zelf	23

Bied jij veel producten te koop aan? Bijvoorbeeld meer dan 50.000 in jouw webshop? Of ben je misschien van plan om het aanbod van producten flink uit te breiden? Dan is het van groot belang dat alles goed geregeld is.

**In deze whitepaper leer je:**

- ◇ Welke problemen er kunnen ontstaan
- ◇ Hoe je meer dan 50.000 producten goed kunt beheren
- ◇ Welke tools het best hiervoor geschikt zijn



## Je webshop wordt groter, en nu?

Vaak begint een webshop klein, met een beperkt aantal producten of als hobby. Er kan een punt komen waarop het tijd is om op te schalen. Er komen meer producten bij en je neemt meer personeelsleden aan om alles gestroomlijnd te laten verlopen. Misschien heb je in plaats van één niche, nu opeens meerdere niches. Of misschien heb je enkele grote leveranciers erbij gekregen. En dat is fijn: groter worden is een droom van veel webshop-beheerders. Lang niet iedereen krijgt dit voor elkaar.



Hoewel dit fijn is, brengt opschalen ook de nodige uitdagingen met zich mee. Zo raak je bijvoorbeeld al snel het overzicht kwijt door het grote aantal producten en de administratie die erbij hoort. En wanneer je je hier niet goed op weet voor te bereiden, loop je talloze risico's. En het is belangrijk om goed te weten waar je moet beginnen bij het opschalen.

# Problemen die ontstaan bij een grote hoeveelheid producten

Met een paar producten in een webshop, is het vaak allemaal goed te overzien. Je weet welke producten er zijn, welke omschrijvingen daarbij horen en waar alle informatie staat. Hoe meer producten je hebt, hoe groter de kans is op problemen. Bijvoorbeeld:

- ◇ Je raakt het overzicht kwijt door het vele aantal producten
- ◇ Je gebruikt software waar je beperkt bent in het aantal producten dat je mag toevoegen
- ◇ Productinformatie moet handmatig worden ingevoerd
- ◇ De informatie in je webshop is niet meer up-to-date en moeilijk bij te houden
- ◇ De afwerking van een bestelling moet handmatig worden gedaan, waardoor er een hogere foutmarge is

Dit soort problemen kosten je organisatie uiteindelijk erg veel tijd en geld, waardoor je niet maximaal kunt groeien. Maar hoe weet je precies welke oplossingen geschikt zijn voor jouw situatie? En wanneer moet je deze stap zetten? En hoe weet je wat er bij je past? De beste eerste stap is om een stap terug te nemen. Wat zijn jouw uitdagingen en waar wil je naartoe? Voldoet de software die je kiest over twee jaar nog? Je investeert niet om te blijven waar je bent. Wil je groeiplannen doorzetten? Dan moet je toch kijken naar de mogelijkheden, ook op de lange termijn.

## Wat moet je niet doen?

- ◇ Maak geen overhaaste beslissingen. Koop niet direct allerlei software, waarvan je eigenlijk niet goed weet wat het op de lange termijn doet
- ◇ Zorg dat je goed onderzoek hebt gedaan naar wat je nodig hebt
- ◇ Maak een beslissing die niet enkel is gebaseerd op een platform of pakket. Dit voorkomt een locked-in en zorgt voor de echt juiste keuze
- ◇ Ten koste van alles al de ontwikkeling in-house willen doen. Soms is het voordeliger om het uit te besteden
- ◇ De stap niet nemen door een complexe koppeling met een huidig extern systeem. Starten met een schone lei kan veel opleveren





## Wat zijn je opties?

In deze whitepaper bespreken we welke functionaliteiten er allemaal mogelijk zijn in een webshop om jouw werk overzichtelijker te maken. Zo begrijp je beter waar je rekening mee dient te houden en welke mogelijkheden er zijn. We hebben het over technische koppelingen en mogelijkheden en geven je ook nog een aantal best practices voor jouw webshop. Bepaal voor jezelf welke functionaliteiten voor jou belangrijk zijn. Kijk daarbij niet alleen naar nu, maar ook naar de toekomst. Wil je nog verder groeien? Blijf je op deze manier zo ver doorgroeien? Kan jouw nieuwe oplossing dat aan? En hoe zit het met de kosten? Dan zijn er verschillende zaken waar je rekening mee moet houden, bijvoorbeeld de keuze van je (nieuwe) platform.

Soms lijkt een oplossing voor de huidige situatie erg geschikt, maar verandert dat bij een onverwachte snelle doorgroei. Zo moet je bij veel cloudoplossingen bijvoorbeeld meer betalen als je meer orders binnenkrijgt. Hierdoor kunnen de kosten heel snel oplopen.

Houd daar dan nu al rekening mee. Het is doodzonde om iedere keer een nieuwe, flinke investering te doen voor jouw webshop.

# Welke functionaliteiten zijn nodig voor een grote webshop?

Elke webshop is verschillend en daarom kunnen jouw wensen anders zijn dan die van een andere grote webshop. We willen in ieder geval een paar functionaliteiten benoemen, waarvan we zien dat die vaak erg belangrijk zijn.

## 1. Verschillende rechten

Als jouw klanten bedrijven zijn, dan is het vaak niet de bedoeling dat iedere medewerker van dat bedrijf bestellingen kan plaatsen. Meestal zijn er slechts een paar medewerkers bevoegd om een bestelling te plaatsen. Daarom is een rechtenstructuur in webwinkels voor hen erg belangrijk. Hiermee kunnen jouw klanten precies aangeven wie welke rol heeft. Zo zou een project manager producten in de winkelwagen of op de bestellijst kunnen plaatsen, maar is er een akkoord nodig van de inkoper van jouw klant. Deze inkoper logt in met andere rechten en kan daarmee de bestelling plaatsen.

*Bedenk dus goed: wat mag een specifieke medewerker wel of niet doen? Mag hij bijvoorbeeld zien wat collega's hebben gekocht? Moet er eerst goedkeuring worden gegeven voor de bestelling? Is er een facturatie limiet voor specifieke rollen? Ga met je klanten in gesprek en kom erachter waar de behoefte ligt. Zo voorkom je onjuiste aannames waarmee je klant niet geholpen is.*





## 2. Kortingsregels

Een andere best practice is het kunnen aanbieden van specifieke bedrijfskortingen. De ene klant krijgt bijvoorbeeld een hoger kortingspercentage dan de ander. Dit is vaak vooraf afgesproken en staat dan jaren vast. Maar je wil dan natuurlijk wel dat jouw klanten hier geen extra moeite voor moeten doen, zoals elke keer een code invullen als ze een bestelling plaatsen. Daarnaast werk je waarschijnlijk met stapelkortingen of speciale inkoopkortingen. Het is natuurlijk belangrijk dat al deze kortingen goed worden toegepast en berekend. En het is ook wel handig als je dit makkelijk kunt wijzigen en tweakken.

## 3. BTW-tarief

Nog een belangrijk punt voor B2B-organisaties is het BTW-tarief. Als je internationaal zaken doet, wil je dat de BTW-tarieven gelijk kloppen. Als dit niet direct wordt meegenomen, levert dit nog veel werk op na opleveringen. Nog een aanvulling: Ook is voor zakelijke klanten de exclusief BTW prijs interessanter dan die van inclusief. BTW aangezien bedrijven betaalde BTW terug kunnen krijgen.

## Welk platform moet je kiezen voor e-commerce?

Voordat je überhaupt een keuze maakt voor een platform voor jouw B2B-webshop, is het belangrijk om goed te bedenken wat je wensen en je eisen zijn. Wij vinden het erg belangrijk om agnostisch naar de opties te kijken en niet direct een specifiek platform uit te kiezen. Kijk naar wat je nu nodig hebt of wat je in later stadium zou kunnen vereisen. Ben je bijvoorbeeld van plan om de komende jaren flink te groeien? Dan wil je natuurlijk een platform dat schaalbaar is. Wil je dat het platform te koppelen is aan specifieke software? Kijk dan of dit überhaupt mogelijk is bij het platform dat je voor ogen hebt. Wil je zelf de controle hebben over de hosting of vind je dit minder belangrijk, bekijk goed welk platform bij jou past.

## SaaS of self-hosted?

SaaS betekent: Software-as-a-Service. Je betaalt er maandelijks voor, en je kunt het vaak meteen gebruiken en de basis staat al. Het voordeel hiervan is dat je snel van start kunt gaan, zonder veel zaken te hoeven regelen. Het nadeel is dat de code meestal niet van jou is en dat overstappen hierdoor lastiger is. Self-hosted houdt in dat je zelf de hosting moet regelen. Als je dit vergelijkt met SaaS, heb je veel meer controle over het platform. Een nadeel hiervan is dat je ook zelf het onderhoud moet regelen.

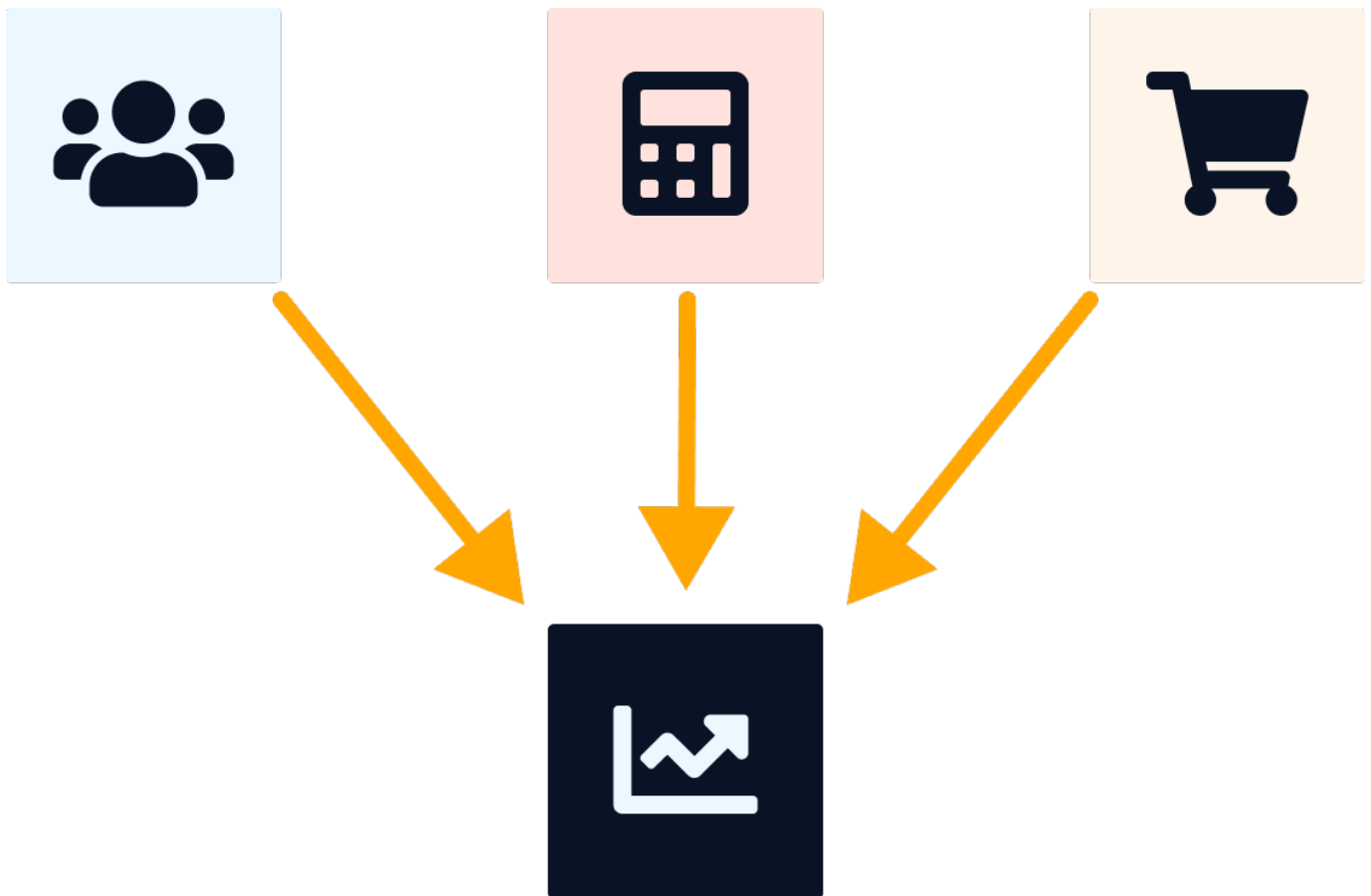
## Voorbeelden van e-commerce platformen



## Compleet pakket (ERP) of commerce platform

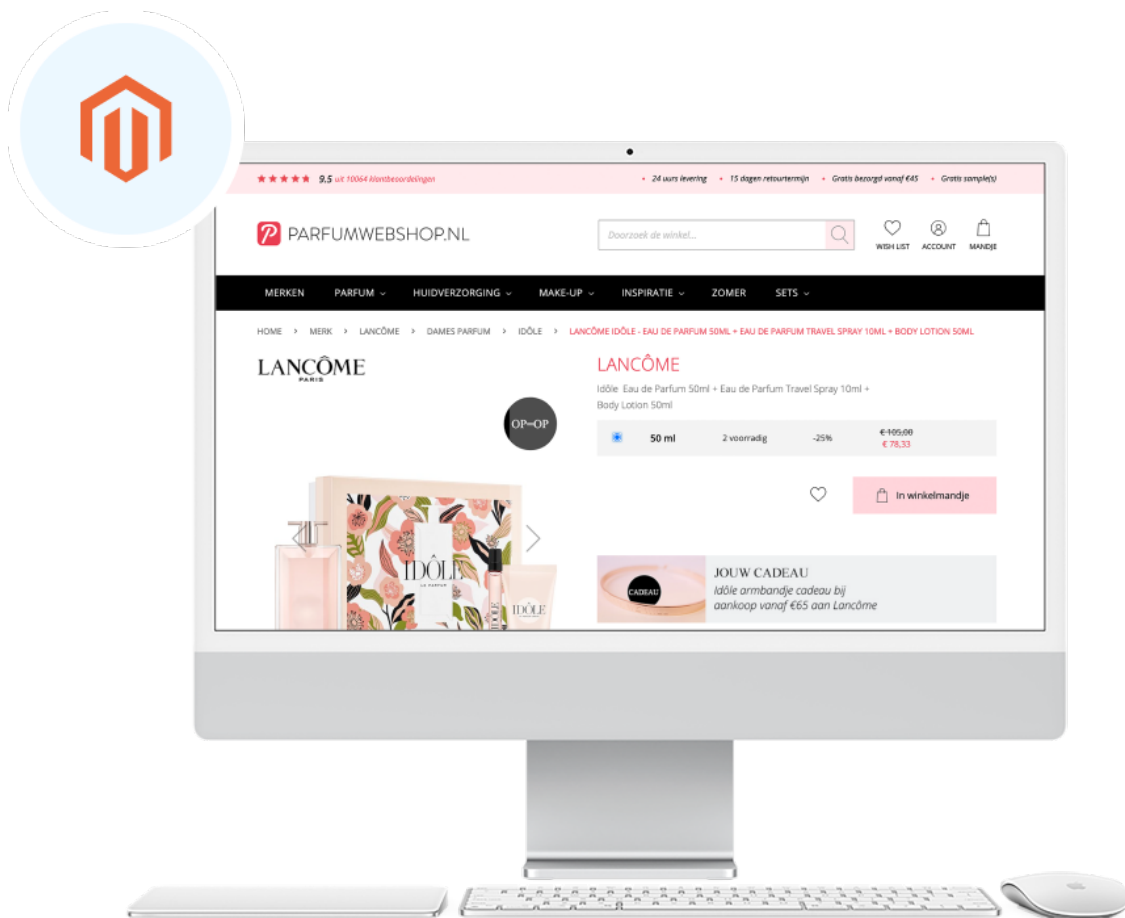
Veel B2B-bedrijven kiezen voor hun software een totaaloplossing. Dit noemen we ERP (Enterprise Resource Planning). Je hebt dan meerdere functies in één, zoals een CRM en boekhouding. Vaak is er ook nog een optie voor een geïntegreerde commerce oplossing. Deze software en technologieën zijn allemaal op elkaar afgestemd en werken daarom goed met elkaar samen.

Je hebt ook losstaande commerce platformen die zich alleen focussen op het e-commerce gedeelte. De focus ligt op functionaliteiten die ten goede komen aan het beschikbaar stellen van producten en het verkopen aan klanten. Deze platformen zijn vaak goed te koppelen aan externe software als CRM-systemen of boekhoudpakketten. Voor de meeste pakketten zijn er al bestaande koppelingen, vaak vanuit de provider zelf. Is er onverhoopt toch (nog) geen koppeling, dan kan deze door de juiste partij vaak wel custom worden gerealiseerd. Een custom koppeling is ook een optie.



# Wat wij zouden adviseren

We raden organisaties die meer dan 50.000 producten willen verkopen eigenlijk altijd aan om te kiezen voor Adobe Commerce, voorheen bekend als Magento. Dit doen we, omdat de meeste functionaliteiten die grote organisaties nodig hebben al ingebakken zitten in het platform. En als er toch nog verdere uitbreidingen nodig zijn dan kan het binnen het platform vrij gemakkelijk op maat worden gebouwd. Daarnaast is Adobe Commerce wereldwijd één van de populairste webshopsystemen. Dit heeft het voordeel dat er al veel koppelingen bestaan, bijvoorbeeld met de meest gebruikte ERP-systemen (zoals Microsoft Dynamics), boekhoudprogramma's (zoals Exact) en Product Informatie Systemen (zoals Akeneo). Adobe Commerce maakt het daarnaast mogelijk om flink op te schalen. Over ERP-systemen en boekhoudprogramma's lees je later in deze whitepaper meer.



## Wat doe je met je voorraadbeheer?

Hoe meer producten je hebt, hoe lastiger het wordt om je voorraad goed bij te houden. Daarom wordt er aangeraden om je voorraad te koppelen aan je webshop. Om vanuit een duidelijk perspectief het verhaal uit te leggen, zullen wij uitgaan van het platform Adobe Commerce. Er zijn natuurlijk tal van mogelijkheden, naast bestaande platformen kun je bijvoorbeeld ook een custom webshop laten bouwen. Maar dit is vaak vrij tijdrovend, duur om te onderhouden en je zit eerder vast aan een specifieke ontwikkelpartij.

## Wat doet Adobe Commerce zelf al?

Sinds 2018 heeft Adobe Commerce de 'MSI' module toegevoegd. Dit staat voor Multi Source Inventory. Hiermee wordt altijd gekozen voor de meest logische of de geconfigureerde optie.

*Bijvoorbeeld: iemand uit het westen van Duitsland bestelt producten. Het kan sneller zijn om deze uit een depot in Twente te laten versturen, dan vanuit een depot in Oost-Duitsland.*

MSI is vooral geschikt voor bedrijven die internationaal aan de slag willen gaan of die streven naar een zo efficiënt mogelijke orderafhandeling. Hierdoor heb je maar één systeem nodig om meerdere voorraden te managen.

## Wat is een PIM-systeem?

Een PIM-systeem staat voor Product Information Management Systeem. In een PIM-systeem kun je alle belangrijke informatie voor jouw producten kwijt. Denk aan omschrijvingen, foto's, verschillende kenmerken en datasheets van producten. De productinformatie wordt in een PIM-systeem bijgehouden. Dit kun je koppelen aan Adobe, maar ook aan een marketplace. Eén van de voordelen is dat je productinformatie in jouw

webshop altijd up-to-date is als het wordt opgehaald uit je PIM-systeem. Kijk altijd naar wat het beste past bij jouw situatie.

## Voorbeelden van PIM-systemen



## Wat zijn de opties om jouw voorraad te koppelen?

Je zou gebruik kunnen maken van een WMS. Een WMS staat voor een Warehouse Management Systeem. Grote bedrijven die met verschillende voorraden werken, maken hier vaker gebruik van. Een WMS helpt je om de opslag zo inzichtelijk mogelijk te maken. Zo kun je bijvoorbeeld per locatie zien wat er allemaal op voorraad is. Het grote voordeel is dat je hiermee precies weet wat er op voorraad is en waar het ligt.

## Voorbeelden van WMS-systemen:





## Hoe koppel je een inventory aan Adobe Commerce?

Veel systemen, zoals Adobe Commerce, PIM-systemen en WMS-systemen werken met een REST-API. API betekent Application Programming Interface en dit houdt eigenlijk in dat je twee verschillende systemen met elkaar kunt laten communiceren. Adobe Commerce is hier erg op gericht, zodat er externe systemen aan gekoppeld kunnen worden.

Voor de meeste PIM- en WMS-systemen zijn al extensies gemaakt. Het instellen daarvan is echter niet altijd even eenvoudig, omdat veel afhankelijk is van jouw persoonlijke wensen en de specifieke koppeling. Is er nog geen extensie beschikbaar? Dan is de koppeling nog wel ingewikkelder, omdat je developers dan zelf moeten bedenken hoe beide systemen aan elkaar worden gekoppeld. Het voordeel is dan weer dat je wel custom alle databronnen kan afstellen. Welke data wil je hebben en waar moet het heen, als je het zelf bouwt kan je daar wat mee. Kortom: mogelijk is het altijd.

## Een goed CRM-systeem

Hoe meer producten je hebt, hoe meer klanten je in de regel hebt. En hoe meer klanten je hebt, hoe groter de kans is dat je het overzicht kwijtraakt. Waar je eerst nog klanten persoonlijk kende en precies wist wat de status van hun order was, raak je nu wellicht het overzicht wat sneller kwijt. Wil je alle belangrijke informatie over jouw klanten bijhouden in één overzicht? Kies dan voor een CRM-systeem.

## Wat is een CRM-systeem?

CRM staat voor Customer Relationship Management en het helpt je om je prospects, klantgegevens en het klantcontact te beheren en documenteren. Kennis binnen het bedrijf wordt hierdoor veel makkelijker en inzichtelijker, omdat alle gegevens op één centrale plek te vinden zijn. Zo kan een CRM-systeem worden ingezet om bij te houden wanneer het laatste klantcontact is geweest, een actiepoint aan te maken voor het volgende contact en vaak zelfs direct contact te hebben vanuit het CRM-systeem.



## Voorbeelden van CRM-systemen

The logo for Pipedrive, featuring the word "pipedrive" in a bold, lowercase, sans-serif font with a trademark symbol.The logo for Microsoft Dynamics CRM, featuring a blue stylized sail icon to the left of the text "Microsoft Dynamics CRM" in a blue sans-serif font.The logo for HubSpot, featuring the word "HubSpot" in a dark blue sans-serif font, with the "o" in "Spot" replaced by an orange icon of three connected dots.

## Waarom een CRM-systeem?

Met een goed ingericht CRM-systeem voorkom je dat er tegenstrijdige beloftes aan klanten worden gemaakt of dat contact met klanten zelfs wordt vergeten. Daarnaast zijn er tegenwoordig veel mogelijkheden om bijna al jouw (potentiële) klantengedrag in kaart te brengen, zodat je ze op zo'n goed mogelijke manier kunt bedienen. Ook is het goed mogelijk dat één personeelslid allerlei kennis in zijn hoofd heeft over een klant die morgen onverwachts met verlof moet. Je weet dan niet meer welke afspraken zijn gemaakt, of wanneer de klant weer gebeld moet worden. In een CRM-systeem kun je alle informatie over jouw klanten kwijt. Hierdoor kan je altijd zorgen voor een optimale klantervaring. Ook kan een CRM-systeem bijdragen aan de marketingactiviteiten van jouw bedrijf. Een goed gevuld CRM-systeem geeft inzicht in het gedrag van klanten, dit kan worden ingezet om nieuwe klanten beter te bereiken.

## Hoe koppel je een CRM-systeem aan Adobe Commerce?

Adobe Commerce wordt vaak gekozen als webshop-platform, omdat het een zeer flexibel platform is voor jouw B2B-webshop. Zo zijn er voor veel CRM-systemen al bestaande extensies beschikbaar, maar je kunt er ook voor kiezen om zelf jouw ultieme koppeling te realiseren. Je hebt hier dus wel goede technische kennis voor nodig. Waarbij het vooral belangrijk is dat je goed uitdenkt wat je nodig hebt en waarom. Zo zijn er wellicht variabelen die pas na een jaar een interessant inzicht op kunnen leveren, maar dan moet je deze wel vanaf het begin meenemen. Als het eenmaal gekoppeld is, heb je grote stappen gezet om jouw klanten de juiste informatie te kunnen bieden.

## Wijzigingen in klantgegevens

Het komt steeds vaker voor dat er personeelswijzigingen in bedrijven plaatsvinden. Hierdoor kunnen er bij jouw klanten constant allerlei veranderingen plaatsvinden. De inkoper is opeens iemand anders geworden, of heeft een andere functie gekregen. Binnen een CRM-systeem kun je dit soort wijzigingen eenvoudig bijhouden, want dan ook weer automatisch in je webshop wordt aangepast, zonder dat voorgaande informatie verloren gaat. Denk hierbij aan specifieke kortingen en prijsafspraken.

## Automatiseren op grote schaal

Hoe groter jouw organisatie, hoe prettiger het is als bepaalde processen van je webshop geautomatiseerd worden. Bereken bijvoorbeeld automatisch kortingen voor specifieke producttypes of klanten.

## Wat is een ERP-systeem?

ERP staat voor Enterprise Resource Planning en kun je zien als een automatiseringsoplossing op grootschalig niveau. Bedrijven gebruiken dit bijvoorbeeld om voorraden in bij te houden van de producten en om kortingen op producten te berekenen. Zo kan het bijvoorbeeld voorkomen dat er speciale kortingen voor bepaalde type klanten in de webshop gelden. Een loodgieter krijgt misschien andere kortingen dan een installateur. Ook is het mogelijk om staffelkortingen gemakkelijker te berekenen.

ERP-systemen bevatten ook informatie over de voorraad van producten. Wanneer moeten er extra producten worden besteld, zodat ze niet uitverkocht raken? Vroeger moest iemand door het magazijn lopen om te zien wat er nog op voorraad is, maar met een ERP-systeem kan er veel worden geautomatiseerd. Vaak heeft een B2B-bedrijf al een ERP-systeem voordat ze een webshop willen.

## Voorbeelden van ERP-systemen

The Oracle logo, consisting of the word "ORACLE" in a bold, red, sans-serif font.The AFAS software logo, with "AFAS" in blue and red and "software" in blue below it.

## **Waarom wil je een ERP-systeem aan Adobe Commerce koppelen?**

Vanuit Adobe zijn er verschillende mogelijkheden om jouw ERP-systeem te koppelen. Hierdoor zien jouw klanten bijvoorbeeld altijd de juiste voorraad in jouw webshop. En dit vinden klanten heel belangrijk. Daarnaast willen ze natuurlijk weten wat de levertijd van producten is. En jouw klanten willen graag de juiste kortingen bij producten zien. Alles moet natuurlijk kloppen en alle synchronisaties kunnen realtime worden gerealiseerd. Dit realiseer je door ERP-systeem te koppelen aan Adobe Commerce.

## **Hoe koppel je een ERP-systeem aan Adobe Commerce?**

Adobe Commerce werkt met API. API staat voor Application Programming Interface, dit betekent eigenlijk dat twee systemen met elkaar kunnen communiceren. Een API zorgt ervoor dat de interactie tussen jouw ERP-systeem en Adobe Commerce goed verloopt.

Wil je bijvoorbeeld een totaalprijs hebben, dan wordt dit automatisch opgehaald uit de database en snapt Adobe Commerce hoe die optelsom gemaakt moet worden. Om die API te kunnen gebruiken, is een koppeling met het ERP-systeem nodig. In Adobe Commerce kun je tegenwoordig bij alles wat je ziet op de frontend een API gebruiken.

## **Het boekhoudprogramma**

Overzicht in je administratie is prettig en zorgt voor rust. Zeker wanneer jouw bedrijf veel maandelijks, wekelijkse of dagelijkse transacties heeft. Alles handmatig doen is hierbij dan geen optie meer. Het juiste boekhoudprogramma is hierbij onmisbaar.



## **Waarom een extern boekhoudprogramma?**

Naast inkomsten uit je webshop zijn er ook vaak andere geldstromen. Het voordeel van een centrale omgeving waar de inkomsten en uitgaven worden verzameld, is dat je alles centraal hebt staan en daardoor geen verborgen kosten of inkomsten hebt. Hier kan het juiste boekhoudprogramma je bij helpen. Dit is een aparte software die je helpt met al je financiële zaken. Voor de meeste boekhoudprogramma's betaal je per maand, maar dit heeft dan wel het grote voordeel dat je altijd over de nieuwste functionaliteiten beschikt.

## **Waarom wil je je boekhoudprogramma koppelen?**

Handmatig de boekhouding doen, is niet meer van deze tijd en ook nog eens tijdrovend. Steeds meer gebeurt online ook met hoge prijzen, en dat moet allemaal juist gedocumenteerd worden. Een hele hoop kan en moet eigenlijk geautomatiseerd worden. Meestal stuur je facturen vanuit je boekhoudsysteem. Wanneer je ervoor kiest om Adobe Commerce te koppelen aan een boekhoudprogramma kan je ook voor webshopbestellingen de facturen laten uitsturen. Dit wordt dan automatisch ingeboekt op het juiste grootboek en met de juiste BTW-codes. Ook retourzendingen kunnen automatisch in het systeem worden gezet, zodat je aan het einde van het jaar niet álles hoeft te controleren. Hierdoor is alles inzichtelijk, zodat je de kosten en baten gemakkelijk naast elkaar kunt leggen. Een andere reden is dat je je accountant geen toegang hoeft te geven tot Adobe Commerce maar hij alles in het juiste, en voor hem bekende programma kan doen.

Fouten worden minder gemaakt wanneer je je boekhoudprogramma aan Adobe Commerce koppelt. Je zou maar een komma ergens handmatig vergeten...

## Voorbeelden van boekhoudprogramma's

The logo for UNIT4, featuring the word "UNIT4" in a sans-serif font. The "UNIT" is in grey and the "4" is in green.The logo for EXACT, featuring the word "EXACT" in a bold, red, sans-serif font, preceded by an equals sign.The logo for Twinfield, featuring a blue circular icon with a white dot in the center, followed by the word "Twinfield" in a blue, sans-serif font.

## Koppel alles aan Middleware

Waarschijnlijk denk je nu, maar wat doe ik dan nog wel in een e-commerce platform. En dat is een terechte vraag, maar wij zien een grote shift plaatsvinden, waarbij je software echt gaat gebruiken in hun eigen kracht. Zie Adobe Commerce een beetje als de voorgevel van een oud pand dat er nog staat, terwijl een heel nieuw gebouw achter is geplaatst met de modernste technieken. Middleware koppelt alles aan elkaar.

### Wat is Middleware?

Middleware is ook een koppeling die meerdere systemen aan elkaar koppelt. Je hebt een omgeving/infrastructuur waarin meerdere systemen een rol spelen, zoals je webshopplatform, een CRM, een ERP, een WMS én een PIM. Om ervoor te zorgen dat alle systemen op de juiste wijze met elkaar communiceren en informatie uitwisselen kun je Middleware in het midden plaatsen. Middleware zet je eigenlijk in het midden, zodat er meerdere integraties mogelijk zijn. Als een klant bijvoorbeeld wordt verwijderd, zorgt de Middleware ervoor dat deze ook overal wordt verwijderd. Wanneer je geen rechtstreekse koppeling met Adobe Commerce wil, is een Middleware ook een goede optie. Je zou bijvoorbeeld geen rechtstreekse koppeling willen, als je niet vast wil zitten aan het platform dat je gebruikt.

## Voorbeelden van middleware



## Tips voor de webshop zelf

De techniek van jouw webshop is natuurlijk van groot belang, maar de webshop zelf moet ook goed werken. Let bij het inrichten van je webshop altijd goed op de eindklant. Uiteindelijk moet hij zijn weg weten te vinden in je webshop. Ook met 50.000 producten of meer, moet het geen probleem zijn om de producten te vinden die je nodig hebt.

## Wat zijn de best practices?

Je hoeft het wiel echt niet opnieuw uit te vinden. Het kan erg helpen om te kijken wat de best practices zijn. Wat werkt bij jouw concurrenten wel, en wat juist niet? Kijk ook eens naar andere grote webshops, die niet direct in dezelfde niche zitten. Webshops zoals Bol.com en Amazon hebben hun site dermate geperfectioneerd, dat je hier absoluut lessen uit kunt halen. Maar vaak is het niet realistisch om precies hetzelfde na te streven.

## Let goed op de UX

UX staat voor gebruikerservaring, of letterlijk vertaald: User Experience. Hierbij is het vooral belangrijk om goed te beseffen wat iemand van een webshop verwacht. Op welke plek staat bijvoorbeeld het winkelwagentje? Is het menu op een logische manier ingedeeld? Hoe is het bestelproces? Als jouw klant bijvoorbeeld tot drie keer toe gegevens moet invullen en een foutmelding krijgt, haakt hij af.

Het is bij de UX heel belangrijk om dingen niet te doen, omdat je dént dat het zo is. Een gedegen onderzoek is ontzettend belangrijk. Onderzoek jouw doelgroep goed en speel in op de verwachting van jouw klanten. Maak gebruik van een tool zoals Hotjar. Hiermee krijg je direct inzicht in het gedrag van bezoekers in je webshop. Je kunt achterhalen tegen welke moeilijkheden ze aanlopen en stappen zetten om deze te verbeteren. Gebruik tools om de UX te verbeteren, bijvoorbeeld door content aan te passen aan de doelgroep. Zet ook voldoende A/B tests op, zodat je kunt zien wat precies werkt voor jouw klanten. Vergeet hierbij niet om je learnings duidelijk te documenteren, zodat je deze op een later moment kunt inzetten.

## Voorbeelden van UX-tools



## Let op de snelheid

Niets is zo vervelend als een website die langzaam laadt. Webshops met een laadtijd tussen 0 en 2 seconden hebben de hoogste conversie. En tegenwoordig worden langzame sites zelfs afgestraft door zoekmachines. Hoe snel of hoe langzaam een site is, heeft veelal te maken met de techniek achter de site. Is deze nog wel up-to-date? Verouderde techniek of slordig geschreven codes kan een site een heel stuk trager maken. Doe de Google PageSpeed test om te zien welke technische verbeteringen er voor jouw B2B-webshop nodig zijn.

## Een aantal tips om de snelheid van jouw webshop te verhogen:

- ◇ Maak gebruik van caching
- ◇ Comprimeer afbeeldingen bij het uploaden
- ◇ Maak gebruik van GZIP-compressie
- ◇ Optimaliseer je database
- ◇ Gebruik een CDN als je actief bent in meerdere landen

*Wist je dat de gemiddelde Adobe webshop een laadtijd heeft van 380 milliseconden?*

## Zoekfunctie op de website

Jouw producten moeten goed vindbaar zijn in de webshop. Is een klant in jouw B2B-webshop op zoek naar een specifiek product en kan hij het niet vinden met de zoekfunctie? Dan kan hij het idee krijgen dat het onderdeel niet beschikbaar is, en gaat hij op zoek bij een van je concurrenten.

Personalisatie wordt steeds belangrijker en al helemaal in een webshop met een groot arsenaal aan producten. Iedere klant kan op zoek zijn naar net iets anders en je wil voorkomen dat zij de juiste producten niet kunnen vinden. Hiervoor wordt er steeds vaker gebruikt gemaakt van AI, zoals bijvoorbeeld Adobe Sensei een tool die je in jouw Adobe Commerce omgeving kan inzetten.

Controleer daarom regelmatig of de producten goed te vinden zijn. Je kunt meestal wel zien waar binnen de webshop op gezocht wordt. Vinden deze mensen wat ze zochten? Of wordt een bepaalde fout misschien vaak gemaakt? Haken mensen af na twee keer een zoekwoord in te typen. Of bouncen ze na rare resultaten op de pagina. Met een goede analyse weet je waar de problemen zitten en welke verbeteringen mogelijk zijn.

## Zorg voor eenvoudige checkout

Hoe ingewikkelder het checkout-proces is, hoe groter de kans is dat je potentiële klant afhaakt. Het is best practice om een checkout-proces te hebben dat niet uit te veel stappen bestaat. Want je wil jouw klanten zo min mogelijk gelegenheden geven om uit de checkout te stappen. Het is daarnaast goed om aan jouw klant te laten zien hoeveel stappen je checkout heeft en hoeveel er nog te gaan zijn. Zodat je de verwachting kunt managen

Zo hou je het lekker overzichtelijk en komt het voor de klant ook eenvoudig over. Kijk daarbij ook kritisch welke gegevens daadwerkelijk belangrijk zijn. Sommige webshops willen wel héél veel van hun klanten weten en dat kan – zeker in een tijdperk waarin privacy zeer belangrijk is – afschrikkend werken. Beperk dit dus zoveel mogelijk en verzamel alleen essentiële informatie die voor de bestelling van belang is. Of kijk naar oplossingen die de ontbrekende informatie zelf kunnen aanvullen. De rest kan ook in later stadium worden gedaan.

Er zijn verschillende oplossingen, bijvoorbeeld een adres validatie tool zoals de Postcode Service. Zo'n plugin versnelt en voorkomt fouten in de checkout. Maar denk ook aan betaalproviders die je niet doorlinken naar een andere pagina.



## Durf informatie te delen

Als jij je webshop uitbreidt met meer producten, is het van belang dat je prospects je wel weten te vinden. Zeker wanneer je uitbreidt naar een andere niche. Je hebt dan te maken met een nieuw type klant en deze kennen jou nog helemaal niet.

Durf daarom informatie te delen in blogs, video's en op social media. Veel B2B-webshops zijn bang om kennis te delen. Besef goed dat kopen tegenwoordig steeds meer te maken heeft met vertrouwen. Mensen zoeken steeds meer naar de juiste informatie. Kijk maar naar de B2C-markt. Grote bedrijven in deze branche delen ontzettend veel informatie over hun producten, het bedrijf en de medewerkers. Ben jij een betrouwbare bron van informatie? Dan bouw je automatisch vertrouwen op. Laat dus vooral zien dat jij de expert bent, op wie jouw klanten kunnen rekenen. Zo val je positief op en trek je meer nieuwe klanten aan.





Meer zekerheid met de **best**  
**passende** e-commerce oplossing

[tig.nl](https://tig.nl) | Kabelweg 37, Amsterdam | 020 21 81 000