



Bel&Bo

MOTIV - EVENT



DE MARKT

- Midden tot laag segment
- Grootste concurrenten



- Belgische moderetailer
- Kleurrijke collectie voor het hele gezin aan de juiste prijs

ONZE KLANT

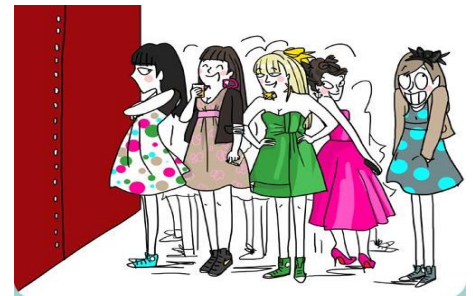
- Ruim publiek van 25 tot 65 jaar
- Dame van 30 tot 55 jaar oververtegenwoordigd
- Middenklasse
- Deze dame wil functionele, combineerbare mode aan een betaalbare prijs voor het ganse gezin

- **WEBSHOP GELANCEERD IN OKTOBER 2012**

Waarom een webshop

- Anticiperen op de stijgende interesse van het Belgische modepubliek in e-commerce
- Meerwaarde creëren voor ons huidige clientele, oa het consulteren van ons aanbod online
- 24/7 beschikbaarheid van onze collectie voor onze klanten
- Aantrekken van een nieuw jongere doelgroep: 25-40 jarige moeders met jonge kinderen
 - Webshop als waardevolle aanvulling op de fysieke winkel: iets jongere consumentengroep bereiken.

Budgetbewust + Modebewust



Opzet webshop Bel&Bo

- Werken met een intern ontwikkeld informatica- en kassasysteem
 - Logische manier koppelen van de webshop en gebruiksvriendelijk online platform – gekozen voor Magento
- Levertermijn nastreven: wij communiceren gemiddelde levertermijn tussen 2 à 3 dagen.
(huidige realiteit: 95% van de pakketten binnen 2 dagen, 99% na 3 dagen)
- Verwachtingen: break-even na 3 jaar
- Omni-channel benadering

- Voor de webshop gebruiken wij geen centraal magazijn met aparte stock. We maken gebruik van alle artikels in de winkels.
 - om de 2 weken hebben wij een nieuwe collectie, en hebben dan ook een hoge rotatie van artikelen.
- De verschillende fysieke winkels worden als verzendpunt gebruikt. De logistieke afhandeling (inpakken, verzendklaar maken, labelen) is een extra taak voor het winkelpersoneel.
- De webshop beschikt over één status van de stock op geregelde tijdstippen. 30% van de totale collectie wordt telkens online aangeboden. Artikelen die niet meer in voorraad zijn volgens deze status worden niet meer op de site aangeboden.

- Onze logistieke partner is DPD, zij zorgen voor de DAGELIJKSE ophaling en verzending van alle webshoppakketten.
- Onze klant heeft verschillende leveringsmogelijkheden
 - Home delivery : €3,95 - GRATIS levering vanaf €50
 - DPD parcelshop : €2,95
 - Bel&Bo winkel: GRATIS - exclusief ophaalpunt binnen het DPD Netwerk (pioniers)
- Als een order bestaat uit verschillende pakketten (stock uit verschillende winkels), worden alle deelpakketten verstuurd naar het centraal magazijn, en daar in 1 pakket verstuurd naar de klant.
- Onze winkels zijn belangrijke afhaalpunten. Dit zorgt ervoor dat wij extra services kunnen aanbieden aan onze online klanten en extra volk naar onze winkel kunnen lokken. 60% van onze klanten kiezen ervoor om hun pakket op te halen in de winkel, met ook extra bijverkoop als gevolg.

OPZET: de klant bepaalt alles van hun bestelling

- **WAAR** de klant wil kopen
 - **WAT** de klant wenst te kopen
 - **WANNEER** de klant koopt
 - **HOE/WAAR** de klant zijn bestelling wilt geleverd zien.
-
- **Shop in the shop:** Bestellingen kunnen ook via de winkel
Bv. indien kledingstuk niet meer in bepaalde maat aanwezig is in de winkel
 - Fysieke winkels zijn **EXCLUSIEVE ophaalpunten** binnen het DPD netwerk van parcelshops (pionier)
 - Fysieke winkels worden als **retourpunten** gebruikt.

Streven naar een maximale eenheid in de beleving tussen online & offline shoppen bij Bel&Bo.

- Collecties in de winkel en online zijn identiek
- Webshop fungeert – naast het pure online verkopen – ook als catalogus voor de consumenten die verkiezen om in de fysieke winkelpunten te kopen.

TOEKOMST

- Installeren van beeldschermen in de winkels waar er instore-bestellingen kunnen gedaan worden door de klant zelf.
- Ontwikkelen van een App

Uitdagingen webshop

- **Retours:** in modesector soms tot 40%, in tegenstelling tot sommige andere sectoren bv. elektronica.
Huidige situatie: slechts 8% retours
- **Fotografie:** 2-wekelijkse collectie en veranderend kleurbeeld
 - Hoog aantal stuks die dienen gefotografeerd te worden.
 - Op model of op paspoppen?
- **Transportkosten** verzending
- **Stockbeheer**
- Extra druk bij ons **winkelpersoneel**

Tips nieuwe webshops

Voor je begint met het ontwikkelen van een webshop maak eerst een interne **SWOT-analyse**

(SWOT = Strengths - Opportunities - Weaknesses – Threats)

Gekoppeld aan een goed concurrentie-onderzoek.

Dit geeft jullie een goed inzicht wat de mogelijkheden zijn binnen jullie business en waar jullie in verschillen/uitblinken/ zich onderscheiden.

