

WHITEPAPER

WHITEPAPER BELGIË

Resultaat boeken
in België





**BREAKING
THROUGH
BORDERS®**

Introductie.

België is misschien wel een van de eerste markten waar Nederlandse ondernemers aan denken als ze internationaal willen uitbreiden. Als buurland is het dichtbij, wat transport eenvoudig maakt. Daarnaast spreekt meer dan de helft van de 11.5 miljoen inwoners Nederlands. Door de hoge internetpenetratie van 94% en de toenemende digitalisering, winkelt meer dan 80% van de Belgische consumenten regelmatig online.

De diversiteit van het land maakt de Belgische markt onderscheidend. Soms wordt België vergeleken met een mini-Europa, door de verscheidenheid. De Belgen hoef je alleen te benaderen in het Nederlands en in het Frans, maar de taalverschillen (en dus ook de cultuurverschillen) zijn complexer dan alleen de bekende Vlaanderen-Wallonië splitsing. In het oosten van België vind je potentiële klanten die in het dagelijks leven Duits spreken. Het is daarom ook een goede markt om naar uit te breiden als je verdere Europese uitbreiding in het vizier hebt.

Naast een laagdrempelige kennismaking met andere culturen en talen biedt de Belgische markt ook een hoge koopkracht. Met de uitgebreide logistieke infrastructuur is het goed mogelijk om snel en efficiënt te leveren. Dat komt goed uit, want in steden zoals Brussel, Antwerpen en Gent zijn same-day en next-day

delivery belangrijke USP's voor consumenten. Daarnaast verwachten de Belgen een uitstekende service, snelle levertijden en eenvoudig retourbeleid.

Ondanks de sterke concurrentie in de Belgische e-commercemarkt is er veel ruimte voor nieuwe toetreders. Vooral in nichemarkten zoals duurzame producten, high-end mode en regionale ambachtelijke producten is er veel speelruimte. Dit maakt België een bijzonder interessante markt voor Nederlandse ondernemers die hun aanbod internationaal willen uitbreiden.

Tomahawk vertelt in dit whitepaper alle essentiële informatie die nodig is om van een uitbreiding naar België een groot succes te maken.

Inhoudsopgave.

1.	BEGRIJP DE MARKT.	E-commerce cijfers in België	p. 06
		Regio's in België	p. 10
		Juridische Aspecten en Webshopvereisten in België	p. 12
		Internetgebruik in België	p. 15
2.	BEGRIJP JE KLANT.	De Belgische consument	p. 18
		Cultuur en Lokalisatie in België	p. 21
3.	KIES JE SPEELVELD.		
		Platformmarketing in België	p. 27
4.	LEVER OP ERVARING.		
		Logistiek en Fulfilment in België	p. 33
5.	BREAK THROUGH.		
		Samenvatting	p. 42

01.

BEGRIJP DE MARKT.

Culturele context: het verschil tussen een klant en een klager met een zachte G.



Het begint met inzicht in cijfers, cultuur en consumentenverwachtingen. België is complexer dan je denkt: met drie officiële talen, eigenzinnige gewoontes per regio en een federale aanpak die zelfs Kafka zou doen fronsen. In dit hoofdstuk ontdek je hoe de Belgische e-commercemarkt werkt, waar je kansen liggen in Vlaanderen, Wallonië en Brussel, en aan welke taal-, wet- en vertrouwenseisen jouw webshop moet voldoen om de Belg over de digitale streep te trekken – zonder dat hij of zij een klacht indient in drie talen.

E-commerce cijfers in België	p. 06
Regio's in België	p. 10
Juridische Aspecten en Webshopvereisten in België	p. 12
Internetgebruik in België	p. 15

E-commerce in cijfers.

INTRO

België is een land met een bevolking van ongeveer 11,5 miljoen inwoners. De drie officiële talen zijn Nederlands, Frans en Duits. De euro (EUR) is de valuta, en de hoofdstad Brussel vormt tevens het centrum van de Europese Unie.

11,5 miljoen

inwoners woonachtig in België.

€12 miljard

euro aan omzet in de e-commerce markt.

94%

internetpenetratie.

100 Mbps

gemiddelde internetnetsnelheid.



Overzicht van de markt in België

De totale jaarlijkse e-commerce omzet in België bedraagt circa 12 miljard euro. Dit vertegenwoordigt een aanhoudende groei in de sector, gestimuleerd door een internetpenetratie van ongeveer 94%. De hoge mate van digitalisering en snelle internetverbindingen met een gemiddelde snelheid van 100 Mbps maken online winkelen gemakkelijk en toegankelijk voor consumenten. De verwachting is dat de Belgische e-commercemarkt de komende jaren blijft groeien door de toename van mobiele betalingen.

Concurrentie in België

De grootste spelers in de Belgische e-commercemarkt zijn internationale bedrijven zoals Bol.com, Amazon, Zalando en Coolblue, met daarnaast belangrijke Belgische spelers zoals Vanden Borre en Colruyt. Hoewel deze grote spelers een aanzienlijk marktaandeel hebben, is er nog steeds ruimte voor kleinere nichewebshops. Deze winkels passen goed in een markt waar consumenten steeds vaker op zoek zijn naar unieke en gepersonaliseerde winkelervaringen.



Open here! →

Tabel: Vergelijking van B2C e-commerce cijfers per land (2023)

Land	ccTLD	Inwoners aantal (miljoen)	Totale omzet e-commerce (€ miljard)	% Consumenten dat online shopt	% Consumenten dat crossborder shopt (ondernemingen uit EU- landen)
Nederland	NL	17,8	27,98	92%	34%
België	BE	11,7	14	75%	62%
Duitsland	DE	84,6	110	77%	20%
Frankrijk	FR	68,2	130	77%	39%
Denemarken	DK	5,9	22	89%	40%
Verenigd Konink- rijk	UK	68,2	280,55	89%	55%
Italië	IT	59	80	51%	38%

Uit deze tabel blijkt dat België een belangrijk deel van de consumentenmarkt naar e-commerce heeft verplaatst. Ongeveer 75% van de Belgische consumenten winkelt regelmatig online, waarbij 25% van deze aankopen uit het buitenland komt. Dit biedt kansen voor internationale ondernemers, om hun crossborderverkoop naar België te versterken. Dit geldt met name voor Nederlandse bedrijven. Daarnaast liggen de gemiddelde jaarlijkse uitgaven per Belgische consument rond de €1.600. Dit is iets lager dan in Nederland en Frankrijk, maar hoger dan

in veel andere Europese landen. Dit toont aan dat de Belgische consument bereid is om online grotere aankopen te doen, mits er een vertrouwde en veilige winkelervaring wordt geboden. De concurrentie is sterk, maar bedrijven die zich onderscheiden op het gebied van kwaliteit, gemak en transparantie kunnen vaak alsnog een plek claimen in deze markt.

Regio's in België

INTRO

België heeft meer bestuurslagen dan Nederland en is niet alleen verdeeld op basis van taalgrenzen. Het is opgedeeld in drie gewesten: Vlaanderen, Wallonië en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Daarnaast is België verdeeld in tien provincies. Deze provincies zijn verder gesplitst in arrondissementen en gemeentes, wat overigens niet hetzelfde is als de gemeenschappen in België. Al deze bestuurslagen zijn niet precies gespiegeld aan elkaar qua opbouw en bevoegdheden: het Vlaams gewest en de Vlaamse gemeenschap vormen samen de wetgevende en uitvoerende macht, in Wallonië zijn deze eenheden gesplitst.

Goed nieuws: je hoeft niet per se de ins en outs van deze constructie te kennen. Het belangrijkste is dat je er bewust van bent dat België qua bestuur volledig anders werkt ten opzichte van Nederland. Omwille van de begrijpelijkheid focussen wij op de drie Belgische gewesten.

Vlaanderen

Het grotendeels Nederlandstalige Vlaanderen, is de grootste en economisch sterkste regio van België. De bekendste en grootste steden liggen hier, zoals Antwerpen, Gent en Brugge. Deze regio heeft de hoogste concentratie online shoppers, wat de e-commercemarkt hier zeer volwassen maakt. De nabijheid maakt Vlaanderen een aantrekkelijk gebied voor Nederlandse ondernemers, aangezien de taalbarrière hier minimaal is.

Wallonië

Wallonië is het grotendeels Franstalige gewest. Hoewel er in dit gewest ook gebieden liggen waar Duits wordt gesproken, is vrijwel iedereen Franstalig en is dat de enige taal waarop ondernemers hoeven te focussen in Wallonië. Het tempo van de e-commerce groei ligt in Wallonië iets lager dan in Vlaanderen. Steden zoals Luik, Namen en Charleroi zijn belangrijke economische hubs, maar het online koopgedrag is hier anders. Waalse consumenten hechten meer waarde aan de productervaring en betrouwbaarheid van de verkoper, en de behoefte aan snelle leveringen is minder sterk dan in Vlaanderen. Hoewel België meertalig is, spreken de meeste Walen geen Nederlands en moet je alle communicatie en service in het Frans aanbieden. In Wallonië krijg je ook concurrentie van de markt in Frankrijk: Walen vergelijken graag producten met die van Franse webshops.

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is tweetalig (Frans en Nederlands) en heeft een multicultureel publiek, mede door de aanwezigheid van Europese instellingen. Brussel is economisch belangrijk, met een hoog inkomen per hoofd van de bevolking. De online koopkracht is hier hoog, en de vraag naar premium producten en diensten is groot. Door de internationale samenstelling van de bevolking zijn meertalige webshops in Brussel een must.

Conclusie: De interessantste regio voor ondernemers

Op basis van de bovenstaande factoren is Vlaanderen de interessantste regio voor Nederlandse ondernemers die hun eerste stappen willen zetten in België. De gedeelde taal, hoge koopkracht en volwassen e-commercemarkt maken het een logische startpunt voor expansie. Wallonië biedt echter ook kansen voor bedrijven die bereid zijn om te investeren in gelokaliseerde content en een Franstalige klantenservice. Brussel is vooral interessant voor high-end en premium merken, gezien de koopkracht en internationale aard van de markt. In België zijn er soms spanningen tussen de taalgebieden, waarbij er in sommige situaties Engels wordt gebruikt als een 'neutrale' taal. Daarnaast is het ook de voertaal van de Europese Unie, waarvan Brussel de hoofdstad is. Nederlands en Frans zijn de belangrijkste talen in België en in principe voldoende; Engels is een eventuele aanvulling om internationale klanten die in België wonen aan te spreken.

Juridische Aspecten en Webshopvereisten in België

INTRO

Bij het uitbreiden naar de Belgische markt is het van groot belang dat webshops voldoen aan de Belgische en Europese regelgeving. Dit betekent dat ondernemers ervoor moeten zorgen dat hun webshop niet alleen aan de wet voldoet, maar ook tegemoetkomt aan de verwachtingen van de Belgische consument.

Belastingverplichtingen en btw

België hanteert een standaard btw-tarief van 21%, wat van toepassing is op de meeste goederen en diensten. Voor bepaalde producten, zoals boeken en medicijnen, gelden verlaagde tarieven van 6% en 12%. Wil jij als Nederlandse ondernemer producten in België? Zodra jouw jaarlijkse omzet van crossborder verkopen de drempel van €10.000 overschrijdt, ben je verplicht om Belgische btw in rekening te brengen en af te dragen. Zorg er daarom voor dat de prijzen op de webshop altijd inclusief het juiste btw-tarief te zien zijn.



Informatieplicht en leveringsvoorwaarden

Volgens de Belgische wetgeving is het verplicht om klanten duidelijke en volledige productinformatie te geven. Dit omvat de prijs (inclusief btw), verzendkosten, mogelijke andere bijkomende kosten en de verwachte levertijd. Consumenten hebben recht op levering van hun bestelling binnen 30 dagen, tenzij er een andere overeenstemming is tussen klant en webshop.

Net als in de rest van de EU, moeten producten die je in België verkoopt voldoen aan de CE-markeringseisen. Hiermee laat je zien dat ze voldoen aan de Europese veiligheids- en kwaliteitsnormen. Zorg ervoor dat deze certificering goed zichtbaar is op de website en op het product zelf.

Retourrecht en consumentenbescherming

Binnen 14 dagen mogen consumenten in de EU hun bestelling zonder opgave van redenen annuleren en het product retourneren. Het is verplicht om dit duidelijk te vermelden op jouw website. Uitzonderingen zoals maatwerk of producten die vanwege hygiëne niet gertourneerd kunnen worden, moet je ook expliciet vermelden. De retourservice hoeft wettelijk gezien niet gratis te zijn, en Belgen zijn minder gevoelig voor ‘gratis-retour’-prikkels ten opzichte van Nederlanders. Het levert natuurlijk wél concurrentievoordeel op als je het aanbiedt. Belgische consumenten waarderen een laagdrempelig retourproces.

checklist:

Is jouw business klaar voor een crossborder uitbreiding naar België? Hiernaast vind je een handige checklist met de wettelijke verplichtingen én de niet-wettelijke (maar wel belangrijke!) verwachtingen van Belgische consumenten.

Wettelijke verplichtingen.

- ☐ CORRECTE VERMELDING VAN HET BELGISCHE BTW-TARIEF (21%, OF VERLAAGD NAAR 6% OF 12% VOOR ENKELE PRODUCTCATEGORIEËN).
- ☐ TRANSPARANTE PRIJSWEERGAVE INCLUSIEF BTW EN EVENTUELE BIJKOMENDE KOSTEN ZOALS VERZENDKOSTEN.
- ☐ DUIDELIJKE VERMELDING VAN HET HERROEPINGSRECHT VAN 14 DAGEN EN RETOURBELEID.
- ☐ GARANTIEVOORWAARDEN (MINIMAAL 2 JAAR) EN LEVERTIJDEN HELDER AANGEGEVEN.
- ☐ PRODUCTEN MOETEN VOLDOEN AAN CE-MARKERINGSEISEN.

Niet-wettelijk, wel verwacht:

- ☐ KLANTCOMMUNICATIE MOET Aangepast ZIJN AAN DE REGIO (NEDERLANDS IN VLAANDEREN, FRANS IN WALLONIË, TWEETALIG IN BRUSSEL).
- ☐ LAGE OF GRATIS VERZEND- EN RETOURKOSTEN, VOORAL VOOR GROTERE BESTELLINGEN.
- ☐ TOEGANKELIJKE KLANTENSERVICE MET OPTIES VOOR DIRECTE COMMUNICATIE VIA TELEFOON, E-MAIL OF LIVE CHAT.
- ☐ VERTROUWDE BETAALMETHODEN AANBIEDEN, ZOALS BANCONTACT, PAYPAL EN CREDITCARDS.
- ☐ SNELLE LEVERING, MET OPTIES VOOR NEXT-DAY OF SAME-DAY BEZORGING.

Internetgebruik in België

INTRO

Het internetgebruik in België is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Momenteel heeft 92% van de Belgen toegang tot het internet, waarmee het een van de best verbonden landen is in Europa. Dit biedt enorme kansen voor e-commerce bedrijven die zich op de Belgische markt willen richten, aangezien een groot deel van de bevolking regelmatig online winkelt. De internetinfrastructuur in België is goed ontwikkeld, en de gemiddelde internetsnelheid ligt rond de 100 Mbps, waardoor consumenten moeiteloos online winkelen.

Tijd besteed online en apparaten

Gemiddeld zijn Belgen ongeveer 5 tot 6 uur per dag online. Een deel van deze tijd wordt besteed aan winkelen. Ongeveer 60% van de Belgische consumenten doet hun online aankopen via een mobiel apparaat, en dit percentage blijft toenemen. Oudere consumenten geven nog wel de voorkeur aan desktop en tablet.

Bereidheid om crossborder te shoppen

Ongeveer 25% van de Belgische online shoppers maakt regelmatig gebruik van buitenlandse webshops. Vooral in Vlaanderen is dit percentage hoog, mede door de nabijheid van Nederland en de gedeelde taal. De populairste buitenlandse webshops zijn afkomstig uit Nederland, Duitsland en Frankrijk. Belgische consumenten zijn gewend aan het winkelen op internationale platforms zoals Amazon, Zalando en Bol.com, die vaak een breder productassortiment en betere prijzen bieden dan de alternatieven in het binnenland.

Populaire productcategorieën

De meest populaire productcategorieën voor online aankopen in België zijn mode, elektronica, huishoudelijke apparaten en cosmetica. Vooral mode heeft een dominante positie op de Belgische markt: merken als Zalando, ASOS en H&M hebben een groot marktaandeel. Elektronica is de op één na grootste categorie, met consumenten die regelmatig producten kopen bij webshops zoals Coolblue en Mediamarkt.

Social media en online winkelervaring

Social media speelt een steeds belangrijkere rol in hoe Belgen kennismaken met nieuwe producten. Platforms zoals Facebook, Instagram en YouTube worden door Belgische consumenten vaak gebruikt om productaanbevelingen te bekijken en recensies te lezen. Met name onder jongere doelgroepen is Instagram een krachtig platform geworden voor influencermarketing en het promoten van modemerken. Op Facebookgroepen en fora worden vaak productervaringen gedeeld, wat de aankoopbeslissingen van Belgische consumenten ook kan beïnvloeden.

BEGRIJP DE KLANT.

In België met één taal communiceren,
is alsof je zegt dat alle frieten hetzelfde
smaken.



België vraagt om meer dan een vertaald verkooppraatje. Wat in Gent werkt, kan in Namen compleet de mist ingaan. Vlaamse klanten willen helderheid en efficiëntie. Franstalige klanten verwachten nuance en flair. En in Brussel? Daar schakel je vlot tussen beide werelden. Lokalisatie in België betekent weten wie je aanspreekt, waar je ze bereikt en hoe je klinkt alsof je van daar bent. In dit hoofdstuk leer je waarom copy-paste marketing hier niet werkt – en hoe je merk wél voet aan de grond krijgt, zonder uit de bocht te vliegen.

De Belgische consument

p. 18

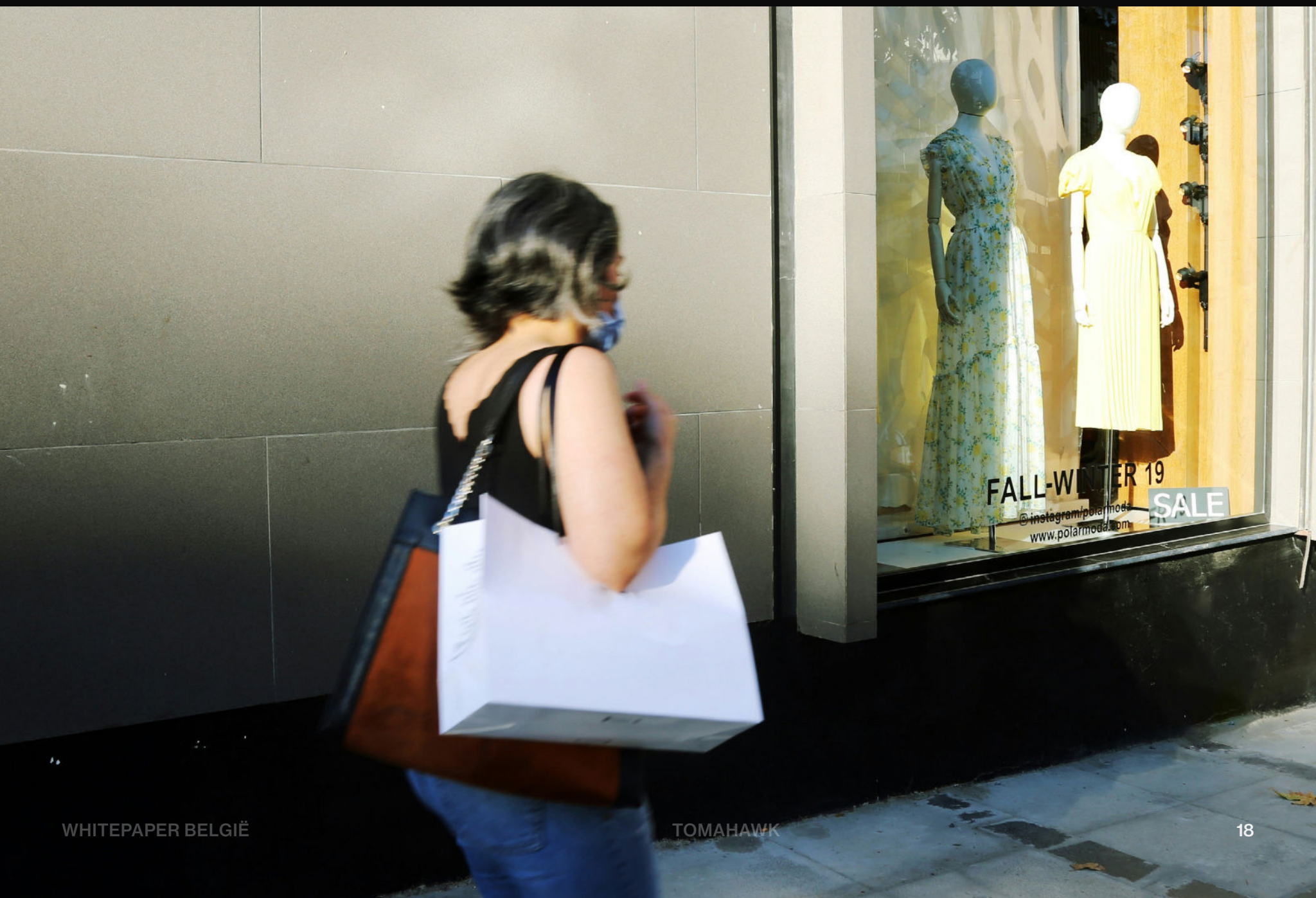
Cultuurverschillen en Lokalisatie

p. 21

De Belgische consument

INTRO

Hoewel de gehele BeNeLux een klein gebied is op het wereldtoneel, is het ook een heel divers gebied. De fragmentatie van de Belgische markt zorgt ervoor dat België niet te vergelijken is met Nederland als het aankomt op e-commerce. Daarom is het belangrijk om deze verschillen mee te nemen in het opstellen van marketing- en verkoopstrategieën.



Consumentengedrag

De Vlaamse consumenten lijken het meest op de Nederlandse consumenten. Dat komt niet alleen door de taal, maar ook omdat Vlamingen de neiging hebben om directer te zijn in hun communicatie en een informele, no-nonsense stijl waarderen. Let hierbij wel op: veel Vlamingen zijn directer en informeler ten opzichte van de Walen, maar vaak wordt de Nederlandse directheid alsnog als te veel van het goede gezien in België. Het zijn precies deze kleine verschillen die een grote rol spelen in het gevoel dat een Belg krijgt bij jouw business. Aan de andere kant geven Waalse consumenten de voorkeur aan een formele en beleefdere benadering, vergelijkbaar met de Franse markt. Belgen hechten veel waarde aan duidelijke informatie, dan weten ze waar ze aan toe zijn. De mogelijkheid om producten eenvoudig te retourneren speelt daarom een grote rol in de aankoopbeslissing. Transparantie over verzendkosten, retourkosten en het retourproces in het algemeen is daarom belangrijk. Daarnaast speelt duurzame bedrijfsvoering een steeds grotere rol in de aankoopbeslissingen van jongere kopers, het loont om daar ook transparant over te zijn.

Het aankoopproces

De klantreis van Belgische consumenten begint vaak online met productonderzoek. Ze gebruiken prijsvergelijkingssites en lezen recensies om de beste deal te vinden. Dit onderzoek gebeurt zowel op de desktop als via mobiele apparaten. Het online gedrag van Belgen past ook in de bredere trend waarbij vooral jongere generaties vaker hun smartphone gebruiken voor online aankopen.

Naast de eerder genoemde verwachtingen op het gebied van verzending en communicatie rekenen Belgen er ook op dat ze hun gebruikelijke betaalmethoden kunnen gebruiken in een webshop. In België zijn Bancontact en Paypal het populairst.

Consumentenrechten

Belgische consumenten hebben een hoog bewustzijn van hun consumentenrechten en verwachten dat verkopers hieraan voldoen. Een van de belangrijkste aspecten is het herroepingsrecht dat in de hele EU geldt, wat consumenten het recht geeft om binnen 14 dagen hun aankoop te annuleren en een volledige terugbetaling te ontvangen. Dit moet je duidelijk communiceren op jouw website. Bedrijven die niet voldoen aan deze regels kunnen boetes krijgen en lopen het risico op reputatieschade.

In grote lijnen hanteren Vlaanderen en Wallonië dezelfde regelgeving, maar de handhaving kan onderling wel verschillen. Daarnaast moet je ervoor kunnen zorgen dat alles wat je in het Nederlands aan Vlamingen aanbiedt, ook in het Frans beschikbaar is voor Walen. Denk hierbij aan productlabels, (online) gebruiksaanwijzingen en de Algemene Voorwaarden.

Kenmerken van B2B en B2C e-commerce

De B2B en B2C e-commerce markten in België zijn in veel opzichten vergelijkbaar, maar vertonen ook belangrijke verschillen. B2C-klienten vinden gemak, snelheid en service belangrijk. B2B-klienten zijn daarentegen gewend aan op maat gemaakte oplossingen, langere levertermijnen en specifieke betalingsvoorwaarden. In beide gevallen zijn continue communicatie en service van belang voor succes op de Belgische markt.

w



Cultuurverschillen en lokalisatie.

INTRO

De Belgische gewesten verschillen onderling van elkaar, maar België als geheel wijkt ook af van wat ondernemers gewend zijn in Nederland op het gebied van cultuur en koopgedrag.



Taal- en cultuurverschillen binnen België

De Belgische samenleving is een mengsel van diverse talen (Nederlands, Frans, Duits) en culturen. Het land is sinds 1830 onafhankelijk, waardoor het een relatief jong land is dat veel is beïnvloed door andere mogendheden in de geschiedenis. Dat maakt het lastig om te spreken van één 'Belgische cultuur'.

Vlaanderen is sterker beïnvloed door Nederland. Vlamingen zijn onder de Belgen de meest pragmatische en directe consumenten. Snelle communicatie en een informele benadering zijn dus net zo gebruikelijk als in Nederland. Vlamingen spreken elkaar vaak aan met “u”, ook als er geen hiërarchisch verschil of leeftijdsverschil is. Vrienden onderling kunnen dus aan elkaar vragen “Wat doet u vrijdagavond?”. Lokale Belgische webwinkels spreken hun klanten echter aan met “je”, dus Vlamingen zijn eraan gewend om online aangesproken te worden met de je-vorm. Hoewel Vlamingen eigen woorden hebben voor koelkast (“frigo”), gebruiken veel Belgische ondernemers ook de Nederlandse termen. Het loont in ieder geval om altijd goed zoekwoordenonderzoek te doen. Het Vlaamse “kleed” doet het juist beter op het gebied van zoekvolume ten opzichte van het Nederlandse “jurk”. Daarnaast zijn Vlamingen de meest prijsbewuste consumenten in België.

De Waalse markt is meer beïnvloed door de Franse cultuur. Dat betekent dat de toon hier beleefder en formeler zal zijn in marketing en klantenservice. Dit kan bijvoorbeeld betekenen dat je de Vlaamse klant aanspreekt met “je”, maar je de Waalse klant aanspreekt met “vous”(u). Daarnaast spelen productkwaliteit, merkverhaal en klantenservice een grotere rol ten opzichte van Vlaanderen. Wallonië

is Franstalig, en in de dagelijkse spreektaal zijn er enkele kleine variaties ten opzichte van het standaardfrans. Deze verschillen spelen voor e-commerce ondernemers echter geen grote rol.

Cultuurverschillen tussen België en Nederland

Ten opzichte van andere Europese landen en culturen lijken België en Nederland flink op elkaar, wat nog sterker geldt voor Vlaanderen. Toch zijn er enkele verschillen tussen België in het geheel en Nederland. Nederlanders zijn direct en doelgericht, terwijl Belgen ten opzichte van Nederland beleefdheid en vertrouwen belangrijker vinden. Belgen hebben meer geduld en waarderen persoonlijke aandacht. Belgische consumenten hechten meer belang aan betrouwbaarheid en veiligheid bij online aankopen, met keurmerken als BeCommerce en SSL-certificaten, terwijl Nederlanders eerder vertrouwen op goede recensies. Ook in promoties verschillen ze: Nederlanders zoeken naar scherpe kortingen, terwijl Belgen meer waarde hechten aan kwaliteit en service, vooral in Wallonië.

Betaalmethoden

Bancontact en Payconiq zijn de belangrijkste betaalmethodes in België. Het zijn verschillende systemen maar ze zitten in dezelfde app. Momenteel wordt er een nieuw systeem uitgerold in België: Wero. Dit is een Europese betaaloplossing die hetzelfde werkt als iDeal. Het is de bedoeling dat Wero op den duur Payconiq gaat vervangen. Bancontact blijft in dezelfde vorm bestaan. Bancontact en Payconiq/Wero zijn in België even belangrijk als iDeal in Nederland, dus het zijn onmisbare betaalmethoden. Andere populaire opties zijn PayPal, kredietkaarten zoals Visa en Mastercard, en in toenemende mate ook Apple Pay en Google Pay, vooral onder jonge Belgen.

Duurzaamheid en bereidheid om extra te betalen

Duurzaamheid speelt een steeds grotere rol in het koopgedrag van Belgische consumenten, vooral in stedelijke gebieden en onder jongere kopers. Als je de klant laat zien dat je bijvoorbeeld CO2-neutrale leveringen, eerlijke productie of duurzame verpakkingen biedt, zijn klanten in België bereid om iets meer te betalen. Kortom: positioneer jezelf als duurzaam en milieuvriendelijk als dat kan, maar blijf tegelijkertijd zo transparant mogelijk.

Gevoeligheid voor kortingen

Belgische consumenten zijn gevoelig voor kortingen, maar wel met een zekere mate van terughoudendheid als je het vergelijkt met Nederlanders. Belgen willen zeker weten dat ze waar voor hun geld krijgen. Net als in Nederland zijn dagen zoals Black Friday en het Belgische nationale feestdagenseizoen (november en december) populaire momenten voor kortingen. Té agressieve promoties kunnen soms averechts werken, vooral in Wallonië. Ten opzichte van Nederland zijn uitverkopen meer gebonden aan een agenda in België: de wintersolden loopt van 3 januari t/m 31 januari, de zomersolden van 1 juli t/m 31 juli. Als de startdata voor de solden op zondagen vallen, begint de soldenperiode een dag eerder: 2 januari voor de wintersolden, 30 juli voor de zomersolden. Deze kortingsperiodes zijn wettelijk vastgelegd, buiten deze perioden mogen bedrijven niet een soldenperiode afkondigen. De Belgen verwachten daarom flinke kortingen als het wél zo ver is!

Wat kopen Belgen het liefst online? Bekijk hierna in welke categorieën en landen Belgen het liefst winkelen.

Shopgedrag van Belgische consumenten

80%

Shopt binnen
België

25%

Shopt binnen de EU

10%

Shopt buiten de EU

Populairste categorieën in Belgische e-commerce



Mode

35% van totale e-commerce omzet



Electronica

25% van totale e-commerce omzet



Cosmetica en verzorging

15% van totale e-commerce omzet

KIES JE SPEELVELD.

Verkopen zonder het juiste kanaal is als flyers uitdelen in een lege straat.



Succes in België hangt sterk af van waar je zichtbaar bent en hoe je dat aanpakt. Verkoop je via bol.com, een nicheplatform of liever je eigen webshop? Elk kanaal heeft z'n spelregels, én die veranderen nog eens per regio. Vlaamse klanten shoppen anders dan Franstalige, en wat werkt in Luik, doet misschien niets in Leuven. In dit hoofdstuk ontdek je waar jouw merk het meeste tractie kan krijgen, welke platforms aansluiten bij je product, en hoe je verkoopaanpak afgestemd wordt op taal, gedrag en verwachtingen van de Belgische klant.

Platformmarketing in België

p. 27

Platformmarketing in België

INTRO

Platforms spelen een belangrijke rol in de Belgische e-commerce markt. Hoewel de Belgische markt kleiner is dan die van de buurlanden, zijn er tal van gevestigde internationale platforms actief in het land en enkele nationale spelers. Platforms kunnen het eenvoudiger maken om de Belgische consument te bereiken. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste marktplaatsen in België en hun rol binnen de e-commerce.



Amazon in België

Amazon is wereldwijd een van de grootste e-commerceplatforms en heeft een sterke aanwezigheid in Europa. In België gebruiken veel consumenten Amazon, terwijl er niet eens een Belgische versie van Amazon is. Belgen hebben veel vertrouwen in Amazon en gebruiken het platform soms als een zoekmachine voor productonderzoek en reviews. Vlaamse consumenten kopen vaak via Amazon Nederland of Amazon Duitsland, terwijl Waalse kiezen voor Amazon Frankrijk. Via deze platforms kan jij gemakkelijk toegang krijgen tot de Belgische markt, zonder veel extra uitdagingen. Het is daarom een ideale oplossing voor een pilot op de Belgische markt. Nadelen van Amazon zijn dat je beperkt toegang en controle hebt tot de klantgegevens, en je bent volledig afhankelijk van dit platform voor het opbouwen van een klantrelatie.

Bol.com

Bol.com is een van de grootste online retailers in zowel Nederland als Vlaanderen. Voor Nederlandse bedrijven is het voordeel van Bol.com dat ze zonder extra kosten hun producten kunnen aanbieden aan Vlaamse consumenten. Dit platform is vertrouwd voor Nederlanders én Vlamingen: de merkpositie van Bol.com is zeer sterk. Vlamingen kiezen graag voor Bol.com omdat ze het een betrouwbaar platform vinden voor huishoudelijke artikelen, elektronica, speelgoed en meer. De naamsbekendheid van Bol.com en de gebruiksvriendelijke interface zorgen ervoor dat consumenten het platform blijven kiezen voor hun dagelijkse online aankopen. De voordelen van Bol.com zijn het grote klantenbestand en de klantenservice. Het nadeel is dat Bol.com geen sterke positie heeft in Wallonië. Voor de Franstalige markt zal je een ander platform moeten kiezen.

Andere belangrijke platforms

- **Coolblue** is een bekende speler in zowel Nederland als Vlaanderen en richt zich voornamelijk op elektronica. Coolblue staat bekend om een goede klantenservice en heeft mede daarom een sterke marktpositie. Het platform is ideaal voor als je producten verkoopt in categorieën zoals consumentenelektronica, computers en huishoudelijke apparaten.
- **Vanden Borre** is een van de grootste Belgische retailers voor elektronica, witgoed en huishoudelijke apparaten. Vanden Borre is zowel online als in de winkelstraten te vinden. Het platform wordt veel gebruikt door Waalse consumenten, bij deze groep heeft Vanden Borre het meeste vertrouwen weten op te bouwen.
- **Zalando** is een dominante speler in de mode-industrie en heeft een sterke aanwezigheid in België, zowel in Vlaanderen als Wallonië. Vooral voor ondernemers die actief zijn in de mode is het een ideaal platform: Zalando heeft behoorlijk veel vertrouwen opgebouwd en bespaart ondernemers het complexe proces van een webshop opzetten. Met name bij jongeren is Zalando populair.

Specialistische marktplaatsen

Als je actief bent in een bepaalde niche, is België een markt vol potentie voor jouw onderneming. Speciale marktplaatsen die zich richten op segmenten als beauty, tweedehands of gezondheidsproducten worden steeds populairder.

- **2dehands.be**: Dit wordt gebruikt voor tweedehands producten, het is vergelijkbaar met Marktplaats.nl in Nederland. Het is een populaire keuze voor consumenten die op zoek zijn naar goedkope of duurzame opties.
- **Farmaline**: Dit platform richt zich op gezondheids- en verzorgingsproducten. Het is een van de grootste online apotheken in België en biedt mogelijkheden voor bedrijven die actief zijn in de gezondheid- en schoonheidssector.

Top 10 Marktplaatsen in België.

1.



Bol.com

Algemeen retail

Populair in Vlaanderen, bekend bij Nederlandse en Vlaamse consumenten

2.



Amazon.nl

Algemeen retail

Gebruikt via amazon.de en amazon.fr; sterk voor productonderzoek

3.



Coolblue

Electronica

Vertrouwd merk met sterke servicegerichtheid, vooral in NL & Vlaanderen

4.



Vanden Borre

Electronica en witgoed

Sterk lokaal merk, populair bij Waalse consumenten



5.

Zalando

Mode

Dominant in mode en geliefd in heel België, vooral bij jonge Belgen



6.

2dehands.be

Tweedehandse producten

Populair platform voor doorverkoop, vergelijkbaar met Marktplaats.nl



7.

Fnac.be

Entertainment & Electronica

Bekend van fysieke winkels, sterke aanwezigheid in Franstalige regio's



8.

Cdiscount

Algemeen retail

Frans platform, vooral gebruikt in Wallonië



9.

Farmaline

Gezondheid & Verzorging

Grote online apotheek met focus op farmaceutische producten



10.

AS Adventure

Electronica en witgoed

Sterk lokaal merk, populair bij Waalse consumenten

SNELLER. BETER. BINNEN.

Belgen houden van verrassingen – behalve als het hun levertijd is.



Snelle levering is niet alleen een service, het is een verwachting. Door slim te kiezen tussen verzenden vanuit Nederland of een lokaal distributiecentrum, houd je controle over levertijden, kosten en klanttevredenheid. In dit hoofdstuk ontdek je welke verzendstrategie het beste past bij jouw business in België – van grensoverschrijdende fulfilment tot lokaal vertrouwen.

Logistiek en fulfilment in België

p. 33

Logistiek en fulfilment in België

Domineer in de Duitse e-commerce markt

INTRO

De geografische ligging van België is behoorlijk gunstig op logistiek gebied, dankzij de nabijheid van belangrijke havens zoals Antwerpen en Zeebrugge en de sterke transportinfrastructuur. België is een relatief klein land, waardoor de meeste consumenten leveringen verwachten binnen een werkdag. Dit betekent dat het voor Nederlandse bedrijven vaak efficiënter is om gebruik te maken van fulfilmentcentra die zich dicht bij de Belgische grens bevinden, bijvoorbeeld in Zuid-Nederland. Dit kan helpen om levertijden kort te houden en kosten te besparen.



Verzendopties: Nederland vs. België

Er zijn twee belangrijke keuzes als het gaat om het verzenden van producten naar Belgische consumenten: verzenden vanuit Nederland of het opzetten van een lokaal distributiecentrum in België. Beide opties hebben hun voor- en nadelen.

Verzenden vanuit Nederland

Voordelen

Geen extra kosten voor het opzetten van een nieuwe logistieke infrastructuur in België. Snelle toegang tot de Belgische markt vanuit nabijgelegen Nederlandse fulfilmentcentra.

Nadelen

Levertijden kunnen langer zijn, vooral voor bestellingen in Wallonië en de Duitstalige gemeenschap. Verzenden vanuit Zuid-Limburg zou dit probleem kunnen oplossen. Verder kunnen verzendkosten hoger uitvallen en het gehele retourproces kan complexer zijn vanwege grensoverschrijdende zendingen.

Lokaal distributiecentrum in België

Voordelen

Snellere levertijden, lagere verzendkosten binnen België, en een betere ervaring voor de consument. Betere mogelijkheden om te voldoen aan de wens voor snelle en gemakkelijke verzend- en retourprocessen.

Nadelen

Hogere opstartkosten voor het opzetten van een nieuw distributiecentrum. Vereist lokale partnerschappen en mogelijk hogere vaste kosten.

Verzenden vanuit Nederland

Voordelen

-  Geen extra infrastructuurkosten
-  Directe toegang tot de Belgische markt
-  Gebruik maken van bestaande systemen

Nadelen

-  Hogere verzendkosten
-  Complexere retourlogistiek
-  Mogelijk langere levertijden

Lokaal distributiecentrum België

Voordelen

-  Snellere levering en lagere verzendkosten
-  Betere consumentenervaring
-  Betere controle over retouren

Nadelen

-  Hogere opstartkosten
-  Lokale partnerschappen nodig
-  Hogere vaste kosten



Fulfilment by Merchant (FBM)

Voor bedrijven die de controle over hun logistieke processen willen behouden, is **Fulfilment by Merchant (FBM)** een aantrekkelijke optie. Bij FBM regelt de verkoper zelf de opslag, verpakking en verzending van de producten naar de klant, in tegenstelling tot Fulfilment by Platform (bijvoorbeeld FBA van Amazon). Bij opties als FBA wordt de logistiek uitbesteed aan een externe partner.

FBM biedt verschillende voordelen voor bedrijven die zich richten op de Belgische markt, maar er zijn ook enkele uitdagingen waarmee rekening moet worden gehouden.

Voordelen van FBM

1. Volledige controle over de klantbeleving:

FBM stelt bedrijven in staat om elk aspect van de klantbeleving te beheren, van de verpakking van het product tot de snelheid van de levering. Dit kan een sterk concurrentievoordeel bieden, vooral als je je richt op premiumklanten die een gepersonaliseerde ervaring verwachten.

2. Flexibiliteit in voorraadbeheer:

Bedrijven kunnen hun voorraden aanpassen op basis van de vraag en blijven flexibel in hun voorraadbeheer. Dit is vooral belangrijk in een markt zoals België, waar consumentengedrag kan variëren tussen de taalregio's en seizoenen.

3. Lagere kosten bij lagere volumes:

Voor kleinere bedrijven of bedrijven die net beginnen op de Belgische markt, kan FBM een goedkopere optie zijn dan het uitbesteden aan fulfilmentplatforms. Je hebt minder vaste kosten omdat je niet afhankelijk bent van dure fulfilmentcontracten en je kunt beginnen met kleine voorraden.

Nadelen van FBM

1. Hogere operationele belasting:

FBM vereist dat bedrijven zelf alle logistieke processen beheren, wat meer werk en complexiteit met zich meebrengt. Van voorraadbeheer tot retourafhandeling, bedrijven moeten alles intern beheren, wat extra tijd en resources vraagt.

2. Mogelijk langzamere levertijden:

Als je geen eigen distributiecentrum in België hebt en producten vanuit Nederland verzendt, kunnen de levertijden langer zijn. Dit kan een negatieve invloed hebben op de klanttevredenheid, vooral als Belgische consumenten gewend zijn aan de snelle levertijden van de concurrentie.

3. Geen schaalvoordelen:

Bedrijven die kiezen voor FBM kunnen mogelijk niet profiteren van de schaalvoordelen die grote fulfilmentpartners bieden. Dit kan resulteren in hogere kosten voor verzending, verpakking en retouren, vooral als je een kleiner volume hebt.

Keuze voor plaatselijke of internationale fulfilmentpartners

Bedrijven die niet willen investeren in hun eigen logistieke infrastructuur, maar toch willen profiteren van de voordelen van FBM, kunnen samenwerken met lokale of internationale fulfilmentpartners. Belgische bedrijven zoals bpost bieden uitstekende logistieke diensten aan voor opslag en distributie. Internationale partners zoals DHL en DPD hebben ook sterke netwerken en kunnen bedrijven helpen met zowel binnenlandse als grensoverschrijdende leveringen.

Fulfilment by Merchant (FBM)

Voordelen



Volledige controle over de logistiek



Flexibiliteit in voorraadbeheer



Geschikt voor lagere volumes

Nadelen



Hogere operationele belasting



Potentieel langzamere levertijden

Fulfilment by Platform (bijv. FBA)

Voordelen



Externe partij beheert alle logistieke processen



Snellere levertijden dankzij geoptimaliseerde processen



Geschikt voor grotere volumes en groei

Nadelen



Minder flexibiliteit, maar lagere operationele druk



Minder controle over de klantrelatie

Volumes, seasonality en druktepieken

Net als in andere Europese landen kent België drukke periodes in e-commerce, vooral tijdens Black Friday, de feestdagen en de solden (uitverkoopperiodes). Deze periodes kunnen leiden tot langere levertijden en hogere kosten voor logistieke dienstverleners, wat betekent dat het noodzakelijk is om extra capaciteit te plannen en duidelijke communicatie naar de klant te onderhouden. Het is ook belangrijk om de volumes nauwkeurig te monitoren en de samenwerking met logistieke partners hierop af te stemmen. Bedrijven die in deze periodes snel kunnen opschalen en voldoen aan de vraag, kunnen aanzienlijk profiteren van de extra verkopen.

Kostenindicatie per volume voor verzending in België			
Volume categorie in pakketten	Brievenbuspakket (€)	Standaardpakket (€)	Express levering (€)
0-500	7,50	12,50	12,50
500-1500	6,80	11,50	12,00
1500-5000	6,20	10,80	11,50
>5000	5,80	10,20	11,00

Grootste logistieke spelers in België



bpost

Bpost is de nationale postdienst van België en heeft een sterke reputatie op het gebied van nationale en internationale leveringen. Ze bieden een uitgebreide selectie aan oplossingen, waaronder last-mile delivery en retourzendingen.



DHL Express

DHL is een van de grootste logistieke spelers in België, vooral op het gebied van internationale verzendingen en express levering. Ze bieden snelle levertijden en track & trace-oplossingen.



PostNL

PostNL is een veelgebruikte optie voor Nederlandse bedrijven die in België leveren. Ze bieden betrouwbare bezorging tegen concurrerende tarieven en zijn vooral populair in Vlaanderen.



DPD

DPD is een sterke speler in de Belgische pakketmarkt, met een focus op zowel binnenlandse als grensoverschrijdende leveringen. Hun netwerk en retouroplossingen zijn een groot pluspunt voor e-commerce.



UPS

UPS biedt snelle en betrouwbare leveringsdiensten in heel België, met een breed scala aan opties voor zowel kleine als grote bedrijven. Hun internationale netwerk is ook een voordeel voor bedrijven met een bredere Europese focus.

Vervoerders en pakketlimieten

Vervoerder	Maximale afmeting zonder toeslag	Maximale gewicht per pakket
bpost	100 x 70 x 50 cm	30 kg
DHL Express	120 x 80 x 80 cm	70 kg
PostNL	100 x 50 x 50 cm	23 kg
DPD	100 x 50 x 50 cm	31,5 kg
UPS	100 x 76 x 76 cm	70



Last-mile levering en retourzendingen

In België verwachten consumenten flexibele leveringsopties. Naast thuisleveringen maken veel Belgen gebruik van afhaalpunten, vooral bij drukke werkuren of in stedelijke gebieden. Diensten zoals bpost en DPD bieden uitgebreide netwerken van afhaalpunten en lockers aan. Ondernemers die deze optie bieden, vergroten de klanttevredenheid terwijl ze tegelijkertijd besparen op de kosten van thuislevering. Belgische consumenten verwachten een makkelijk retourproces, bij voorkeur via een gratis retouroptie of een afhaalpunt in de buurt. Het aanbieden van gratis retourzendingen kan een positief effect hebben op de loyaliteit van klanten en hun bereidheid om opnieuw te kopen.

Eigen Fulfilment

Voordelen



Volledige controle over de klantbeleving



Flexibiliteit om snel aan te passen

Nadelen



Hoge vaste kosten (infrastructuur, personeel)



Complexiteit van logistieke processen

Uitbesteden

Voordelen



Minder vaste kosten



Schaalvoordelen door partners

Nadelen



Minder controle over de klantbeleving



Afhankelijk van externe leveranciers

Samenvatting

INTRO

De Belgische e-commerce markt biedt vele kansen voor Nederlandse ondernemers die internationaal willen uitbreiden. Ondanks de kleine omvang van het land, heeft België een hoog percentage internetgebruikers en een sterke koopkracht. De diversiteit in het land biedt uitdagingen, maar maakt België ook een ontzettend interessante markt om te verkennen voor verdere crossborder uitbreidingen in andere landen.



Kansen en Uitdagingen

Kansen:

- **Koopkracht:** De Belgische consument heeft een hoge koopkracht, vooral in Vlaanderen en Brussel.
- **E-commercegroei:** Ondanks een drukke en geavanceerde e-commercemarkt, is er ruimte voor verdere groei in nichemarkten en gespecialiseerde sectoren.
- **Technologische infrastructuur:** België heeft een hoge internetpenetratie en betrouwbare infrastructuur, waardoor het een gunstige markt is voor online winkelen.
- **Crossborder shopping:** Belgische consumenten staan open voor crossborder shopping, wat gunstig uitpakt voor Nederlandse webshops.

Uitdagingen:

- **Meertaligheid:** Het effectief bedienen van zowel Nederlandstalige als Franstalige consumenten vereist een goed doordachte benadering van contentlokalisatie.
- **Concurrentie:** De Belgische markt kent stevige concurrentie, waardoor het belangrijk is om op te vallen met unieke proposities en bovengemiddeld goede klantenservice.
- **Logistiek:** Verwachtingen rond levertijden en retouren liggen hoog. Logistieke optimalisatie is daarom van groot belang om concurrerend te blijven.

Vooruitblik op de toekomst van e-commerce in België

De Belgische e-commercemarkt zal de komende jaren blijven groeien, zowel in termen van omzet als marktomvang. Digitalisering, personalisatie (al dan niet AI-gedreven) en groene logistiek worden belangrijke pijlers voor bedrijven die willen floreren in deze markt.

- De groei van duurzaamheid in e-commerce is een trend die steeds belangrijker wordt voor Belgische consumenten. Bedrijven die investeren in duurzame verpakkingen en ethische productieprocessen, versterken hun positie op de Belgische markt. Duurzame oplossingen zoals elektrische voertuigen voor last-mile delivery zullen ook gebruikelijker worden.
- Social commerce is een ander terrein waarop bedrijven moeten inspelen. Platforms zoals Instagram en Facebook zullen zich steeds meer ontwikkelen als directe verkoopkanalen, en bedrijven winnen veel bij een integratie van hun e-commerceplatformen met social media.
- De standaarden van Belgische consumenten voor gepersonaliseerde aanbiedingen en vloeiende winkelervaringen blijven stijgen. Bedrijven die hierop inspelen door AI en big data te benutten, versterken hun concurrentiepositie.

To-Do List voor Succes in de Belgische E-commerce Markt

Dit whitepaper biedt behoorlijk veel informatie over ondernemen op de Belgische markt. Voor extra overzicht geven wij je hier de ultieme to-do list voor ondernemen in België. De stappen zijn ingedeeld in drie niveaus: Start, Groei en Succes, afhankelijk van wat jij als ondernemer tot je beschikking hebt.

Doorlopende aanpassingen voor alle niveaus

Houd gedurende het uitbreidingsproces alle relevante metrics bij, zoals conversieratio's, klanttevredenheid en prestaties op het gebied van logistiek. Regelmatige A/B-tests en analyses helpen je om strategische optimalisaties door te voeren. Feedback van klanten geeft waardevolle inzichten en helpt je een positieve reputatie op te bouwen en te behouden

Start

Vereist het minste werk en middelen. Deze stappen zijn snel uit te voeren en hebben een grote impact op de ervaring van je Belgische klanten.

01

Vertaling en Lokalisatie van content

Zorg ervoor dat al je marketing- en websitecontent beschikbaar is in zowel het Nederlands als het Frans, en dat je de klant correct aanspreekt in elke taal.

02

Juridische naleving van regels in België

Voldoe aan alle Belgische wet- en regelgeving, zoals btw-regels, retourbeleid en consumentenbescherming. Door aan alle juridische eisen te voldoen voorkom je problemen achteraf én versterk je het vertrouwen van de Belgische consument.

03

Marktplaatsintegratie

Begin met het aanbieden van je producten via marktplaatsen zoals Bol.com en Fnac. Deze platforms bieden je een snelle toegang tot een breed klantenbestand zonder direct te investeren in eigen infrastructuur.

Groei

Vereist meer tijd en middelen maar heeft aanzienlijk meer impact.
Handig voor als je in de groeiende fase zit.

01

Specialistische vertaaldiensten

Investeer in gespecialiseerde vertalingen om ervoor te zorgen dat de inhoud van je website en marketingmaterialen niet alleen correct, maar ook perfect aansluit op de culturen in de taalgebieden.

02

Lokalisatie software

Gebruik software zoals Weglot of Localize voor dynamische en realtime aanpassingen van je website, waardoor je altijd in de taal en stijl communiceert die past bij je doelgroep in Vlaanderen en Wallonië.

03

Aanpassing van rich media

Zorg ervoor dat visuele elementen zoals banners en video's passen bij de markt. Dit betekent dat afbeeldingen, kleuren en culturele verwijzingen aansluiten op de belevingswereld van zowel Vlaamse als Waalse consumenten.

04

SEO-optimalisatie

Pas je SEO-strategie aan op de behoeften van de Belgische markt. Denk hierbij aan zoekwoordoptimalisatie voor zowel het Nederlands als het Frans.

05

Productinspiratie en marktanalyse

Maak gebruik van Google Trends en marktonderzoek om populaire productcategorieën en trends in België te identificeren.

Succes

Vereist de meeste middelen en tijd, maar garandeert de beste merkbeleving.

01

Bulk aanpassingen in Rich Media en data

Geautomatiseerde bulkupdates maken het gemakkelijker om consistent en up-to-date te blijven in zowel visuele content als productdata.

02

Integratie met machine translation services

Maak gebruik van AI-vertalingen om je content snel en efficiënt te vertalen. Door machine translation te integreren met handmatige revisie, kan je webshops makkelijker in meerdere talen tegelijk bijwerken.

03

Automatisering met Zapier

Automatiseer processen zoals bestellingen, marketingcampagnes en klantcommunicatie met tools als Zapier. Dit vermindert de operationele last en zorgt voor meer consistentie in de ervaring van de klant.

04

Validatie van producten en diensten

Gebruik marktonderzoekstools zoals Pickfu om je producten te testen voordat je ze lanceert in België.

Bronnenlijst

Acropolium. Multi-carrier shipping software: A guide to enhancing shipping efficiency. Geraadpleegd van <https://acropolium.com/blog/multi-carrier-shipping-software-a-guide-to-enhancing-shipping-efficiency/>

Adyen. Online betaalmethoden in België. Geraadpleegd van https://www.adyen.com/nl_NL/betaalmethoden-guides/europa/belgie

Alumio. E-commerce integration and the integration platform. Geraadpleegd van <https://www.alumio.com/nl/blog/e-commerce-integration-and-the-integration-platform>

Alumio. Middleware integrations. Geraadpleegd van <https://www.alumio.com/blog/middleware-integrations>

Asendia. Europe e-commerce report. Geraadpleegd van <https://www.asendia.com/resource/europe-e-commerce-report-2022>

Asteria. Data integration tools for businesses. Geraadpleegd van <https://www.astera.com/nl/type/blog/data-integration-tools-for-businesses/>

BearingPoint. BearingPoint Nederland. Geraadpleegd van <https://www.bearingpoint.com/en-nl/>

Belgian Chambers. Kamer van Koophandel. Geraadpleegd van <https://belgianchambers.be/nl/kamers-van-koophandel/>

Better Commerce. PIM buyers guide. Geraadpleegd van <https://www.bettercommerce.io/whitepaper/pim-buyers-guide>

BigCommerce. Cross-border e-commerce strategies. Geraadpleegd van <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/cross-border-ecommerce/>

Bpost. Zakelijke oplossingen. Geraadpleegd van <https://www.bpost.be/nl/zakelijke-oplossingen>

Canva. Canva. Geraadpleegd van <https://www.canva.com/>

Cargoson. How to select a multi-carrier shipping software: 7 tips. Geraadpleegd van <https://www.cargoson.com/en/blog/how-to-select-a-multi-carrier-shipping-software-7-tips>

ChannelEngine. Top UK marketplaces. Geraadpleegd van <https://www.channelengine.com/en/blog/top-uk-marketplaces>

CBEC barriers and localisation by Pia Hohdorf.

Centra. Cross-border e-commerce challenges. Geraadpleegd van <https://centra.com/news/cross-border-ecommerce-challenges>

Clonable. Clonable Website Translation. Geraadpleegd van <https://www.clonable.nl/>

CM.com. Klantenservice kanalen. Geraadpleegd van <https://www.cm.com/nl-nl/blog/klantenservice-kanalen/>

Commercetools. How to create a cross-border e-commerce strategy: Localize and innovate globally. Geraadpleegd van <https://commercetools.com/blog/how-to-create-a-cross-border-ecommerce-strategy-localize-and-innovate-globally>

DeepL. DeepL Translator. Geraadpleegd van <https://www.deepl.com/>

DHL. Business customer shipping solutions. Geraadpleegd van <https://www.dhl.de/en/geschaeftskunden.html>

Dlexport. Insights voor succesvolle Amazon-strategieën. Geraadpleegd van https://dlexport.com/insights/?_gl=1*w2vlir*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW_Zx0DH6h6x63ffPo3w3ZGVbpf_A5pEwktmvehgKQhQwQLXX9MjCCOQhxoCeKMQA_vD_BwE

Dlexport. Starten met verkopen op Amazon. Geraadpleegd van https://dlexport.com/starten-met-verkopen-op-amazon-hierop-moet-je-letten/?_gl=1*1ft207d*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW_Zx5QgnYBF4E-YrZliCIWTzOeOnPcQk8wgN37FwghjUPxN33WEJ1DorxoCqQkQA_vD_BwE

E-tailize. Top 35 marktplaatsen in België. Geraadpleegd van <https://e-tailize.com/nl/blog/top-35-marktplaatsen-in-belgie/>

eCommerceDB. Ecommerce in Belgium. Geraadpleegd van <https://ecommercedb.com/reports/ecommerce-in-belgium/543>

Ecommerce Europe. CMI 2024 – Complete light versie v1. Geraadpleegd van chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2024/10/CMI2024_Complete_light_v1.pdf

Ecommerce News Europe. Ecommerce in Belgium. Geraadpleegd van <https://ecommercenews.eu/e-commerce-in-europe/e-commerce-belgium/>

Emerce. Wat verwachten Belgen van Nederlandse webshops?. Geraadpleegd van <https://www.emerce.nl/achtergrond/wat-verwachten-belgen-van-nederlandse-webshops-drie-adviezen-over-bezorging>

European Commission. Packaging waste. Geraadpleegd van https://ec.europa.eu/environment/topics/waste-and-recycling_en

European Commission. Waste regulations. Geraadpleegd van <https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen>

Gikken. Mate Translate. Geraadpleegd van <https://gikken.co/mate-translate/>

Google. Google Ads Help (DE). Geraadpleegd van <https://support.google.com/google-ads/answer/1722124?hl=de>

Helium 10. Helium 10 – Amazon Tools. Geraadpleegd van <https://www.helium10.com>

HeyGen. HeyGen Video Localization. Geraadpleegd van <https://www.heygen.com>

IMRG. Homepage. Geraadpleegd van <https://www.imrg.org/>

InternetRetailing. Home. Geraadpleegd van <https://internetretailing.net/>

Landmark Global. E-commerce packaging solutions. Geraadpleegd van <https://landmarkglobal.com/eu/en/news-insights/e-commerce-packaging/>

McKinsey. Last mile package delivery in 2030. Geraadpleegd van <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/last-mile-package-delivery-in-2030>

News Seven Senders. Checklist voor klantgerichte leveringen. Geraadpleegd van <https://news.sevensenders.com/hubfs/Win%20customers%20with%20delivery/7S-WinCustomersChecklist-EN.pdf>

News Seven Senders. Consumer Survey 2022: Trends in international delivery. Geraadpleegd van <https://news.sevensenders.com/hubfs/Consumer%20Survey%202022/7S-ConsumerSurvey-EN.pdf>

News Seven Senders. Inzichten in internationale leveringen. Geraadpleegd van <https://news.sevensenders.com/hubfs/International-Delivery-WP-2022/InternationalDelivery-WP-2022-EN.pdf>

News Seven Senders. Whitepaper Studie Online Shopping: Online shopping trends en inzichten. Geraadpleegd van https://news.sevensenders.com/hubfs/Whitepaper%20Studie%20Online-Shopping/210526_Seven%20Senders_Whitepaper_Online-Shopping-Studie_EN.pdf

Phrase. Phrase Translation Management Platform. Geraadpleegd van <https://phrase.com>

PickFu. PickFu – Consumer Testing Platform. Geraadpleegd van <https://www.pickfu.com/>

RTL België. RTL België. Geraadpleegd van <https://www.rtl.be/>

RVO. Internationaal ondernemen. Geraadpleegd van <https://www.rvo.nl/internationaal-ondernemen>

Statista. Development of population numbers in Germany. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/672608/development-population-numbers-germany>

Statista. Population of France. Geraadpleegd van <http://statista.com/statistics/459939/population-france>

Statista. Population of the Netherlands by age and gender. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/755052/population-of-the-netherlands-by-age-and-gender>

Statista. Total population in Denmark. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/570212/total-population-in-denmark>

Statista. Total population of Belgium. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/516667/total-population-of-belgium>

Statista. Total population of Italy. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/263745/total-population-of-italy>

Statista. UK population. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/281296/uk-population>

Shopify. E-commerce platforms. Geraadpleegd van <https://www.shopify.com/nl/blog/ecommerce-platforms>

Sistrix. Sistrix SEO Toolbox. Geraadpleegd van <https://www.sistrix.com/>

TextMaster. TextMaster Nederland. Geraadpleegd van <https://nl.textmaster.com>

Transportscanner. Fulfilment en opslag: Kennisbank. Geraadpleegd van <https://www.transportscanner.nl/kennisbank/fulfilment-en-opslag/>

Trusted Shops. Klantenservice uitbesteden: Overwegingen voor webshops. Geraadpleegd van <https://business.trustedshops.nl/blog/klantenservice-uitbesteden/>

VLM. Vakvereniging voor logistieke professionals. Geraadpleegd van <https://vlm.nl/>

Zapier. Zapier Workflow Automation. Geraadpleegd van <https://www.zapier.com>

Zendesk. Customer service management software. Geraadpleegd van <https://www.zendesk.nl/service/ticketing-system/customer-service-management-software/>



**BREAKING
THROUGH
BORDERS®**