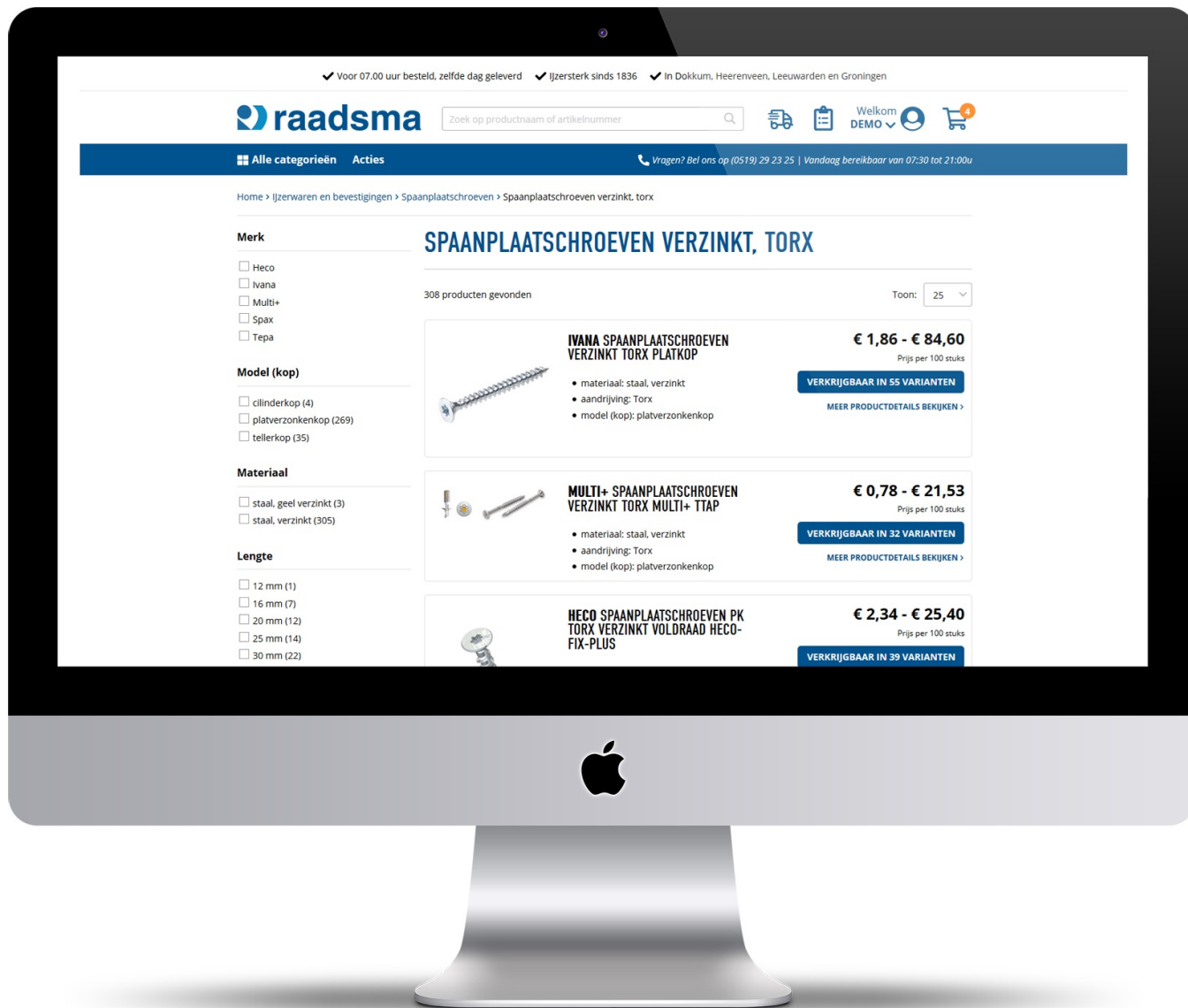


“Het is niet klaar als de webshop er is”

09-09-2019 00:01



“Onze vorige webshop is in 2008 door MSG gemaakt, maar met de jaren is de technologie verouderd. De portal werd weliswaar heel veel gebruikt door onze klanten, maar er stond met de jaren veel meer data in dan waarvoor de webshop was ontwikkeld. Deze kon het niet meer bijhouden”, zegt Jacob Mosselaar. Hij houdt zich bij groothandel Raadsma bezig met de automatisering en marketing. “De nieuwe portal is nu geschikt voor mobiel gebruik, de snelheid is sterk verbeterd en alle artikelkenmerken worden gebruikt om de klant te informeren en om snel te kunnen zoeken. We voeren een uitgebreid assortiment, maar in de vorige webshop leken veel producten op elkaar. Klanten kunnen de producten nu beter vinden én we zijn beter vindbaar in zoekmachines.” Volgens Albert Buitenhuis van MSG is de nieuwe webshop een wereld van verschil. “We hebben al het oude losgelaten en zijn volledig opnieuw begonnen.”

“Het allereerste contact dateert van 2014, daarna heeft het nog drie jaar geduurd voordat we aan de slag zijn gegaan”, zegt Buitenhuis. “Jacob Mosselaar heeft vaak gevraagd op welke manier we de webshop van

Raadsma konden doorontwikkelen, maar zijn gevoel was niet goed bij de resultaten waarmee we op de proppen kwamen.” Mosselaar legt uit: “We hebben de resultaten vergeleken met andere portals en waren niet voldoende overtuigd om MSG opdracht te geven. Onze ambities lagen hoger.” Martin Overduin van MSG Software noemt dit een terechte constatering. “Onze voorstellen waren gebaseerd op de technologie die we op dat moment al toepasten. Daarmee voldeden we niet meer aan de vraag van verschillende partijen. Dan moet je denken aan een responsive design, aan filters en aan een snelle manier van zoeken.” Nu kan hij daar nuchter naar kijken: “Achteraf is het heel goed geweest dat Raadsma aangaf dat onze oplossing niet voldeed.” Buitenhuis voegt toe: “Natuurlijk kijk je als leverancier kritisch naar je eigen producten. Je ziet kwaliteiten maar ook dingen die idealiter anders waren geweest. Door Raadsma zijn beslissingen over dat soort aandachtspunten in een stroomversnelling geraakt. We hebben knopen doorgehakt en zijn met andere technieken gaan werken dan in het verleden. En ja, ook met andere leveranciers.”

Volledig nieuw geïntegreerd platform

Het was de verwachting dat de nieuwe webshop in september 2018 klaar zou zijn. Niets bleek minder waar. “De inschatting was gebaseerd op de doorontwikkeling van de oude webshop. Omdat we gekozen hebben voor een volledig nieuw platform hebben we alle standaard functionaliteiten opnieuw moeten ontwikkelen. Denk aan bestellijsten, autorisatiefuncties maar ook onze module voor werkkleding en sleutelbestellingen. Dat heeft de ontwikkeltijd enorm beïnvloed. Waarbij het enorm scheelt dat we alle branchespecifieke kennis en ervaring in huis hebben”, zegt Buitenhuis.

De nieuwe software is ‘state of the art’. “Het nieuwe platform kan zich meten met de grote B2C platforms, maar hebben we geoptimaliseerd voor B2B” zegt Overduin. “Daarvoor moesten we technisch wel een drempel over”. Mosselaar: “Natuurlijk hebben we ook naar externe partijen gekeken. Uiteindelijk hebben we gewacht tot MSG Software iets bood waarmee we tevreden waren. Nu hebben we een één-op-één koppeling met ons ERP-pakket en ook met onze mobiele app. Integratie is heel belangrijk. Ik ben blij dat het gelukt is.”

Noodzaak van goede data

Buitenhuis onderschrijft de noodzaak van kwalitatieve data. “Raadsma is ijzersterk in het optimaliseren van data. De koppeling met EZ-base vormt de basis. Data uit dit systeem wordt verrijkt zodat alle artikelen vindbaar worden. Daarbij gebruikt Raadsma een eigen classificatie, waardoor artikelen beter vindbaar worden”. Raadsma bewerkt de data direct in het ERP-pakket, zonder aanvullend PIM-systeem. Vanuit de ERP is een integrale koppeling met de webshop en de app aanwezig. “Het bewerken van data is belangrijk”, bevestigt Overduin. “Ieder bedrijf is uniek en heeft een eigen assortiment. Een vaste classificatie is niet voor ieder bedrijf even effectief. Raadsma heeft bijvoorbeeld veel elektrisch gereedschap voor in het buitengebied. Dan spreekt het voor zich om daarbinnen verder te differentiëren dan in de standaard EZ-base classificatie het geval is.”

Mosselaar geeft aan dat Raadsma op het gebied van data blijft ontwikkelen, bijvoorbeeld door zoekgedrag te analyseren en daarmee het zoekstelsel verder te optimaliseren. “In het najaar komt de module voor order- en factuurhistorie er nog bij. En we gaan de module van het budgetbeheersysteem - bijvoorbeeld bij werkkleding - ook actief promoten.” Op de vraag of de webshop er is om kosten te besparen antwoordt Mosselaar ontkennend. “Voor Raadsma is de portal een service aan de klant. We hebben ook klanten die liever bellen, faxen of mailen. Natuurlijk scheelt de portal ons veel werk. We bedienen een grote groep die zelf producten wil uitzoeken op een moment dat het hun uitkomt. Alle orders die voor 7.00 uur binnenkomen worden dezelfde dag nog bezorgd. Dat is een groot voordeel voor de klanten. En alle orders uit de portal worden automatisch ingelezen”.

Toegevoegde waarde

“Dat je met een online platform eerst en vooral toegevoegde waarde biedt door assortimentsinformatie te geven, wordt vaak onderschat” zegt Buitenhuis uit ervaring. Transparantie en volledigheid zijn ongelooflijk

belangrijk. Klanten gebruiken die informatie om een keuze te maken of ze bij jou wel aan het juiste adres zijn, maar bijvoorbeeld ook simpelweg om offertes uit te brengen. Pas daarna komt de keuze om wel of geen orders te plaatsen. Het online orders plaatsen is slechts één van de mogelijkheden: het is niet ongebruikelijk dat we na ingebruikname van een portal ook de balieverkopen zien stijgen. Daarnaast wordt met een portal ook de serviceverlening naar de klant groter. Denk aan het beschikbaar stellen van veiligheidsbladen.”

Mosselaar zou MSG adviseren. “Initieel was dat anders, maar daar ben ik nu wel van overtuigd. Ik heb veel over trajecten gehoord waarbij er meer externe partijen betrokken waren en die hebben veel tijd en geld gekost”. Buitenhuis is blij met het advies. “Wij zijn trots op het resultaat. Dat Raadsma dat ook is, is voor ons het belangrijkste. Bij Raadsma realiseren ze zich dat de oplevering van een webshop niet het eind is, maar het begin. Stel als groothandel altijd de vraag waarin je het verschil kunt maken. Ga in gesprek met je klanten hoe je het samen beter kunt doen op de digitale snelweg. Zo ontstaat er ruimte voor succes en wordt een webshop het begin van wat de toegevoegde waarde kan worden.”

MSG Software, Raamsdonksveer, + 31 (0) 162 589 550, www.msgnl.com, info@msgnl.com

admin