

Online marketing

Wie vijftien jaar geleden had voorspeld dat schoenen even gemakkelijk via het internet zouden worden verkocht als boeken en cd's, zou voor gek zijn verklaard. Toch kopen veel consumenten nu schoenen via het web. En met de komst van grote pure players als Zalando hebben schoenenzaken er geduchte concurrentie bij gekregen. Maar wat doen zelfstandige schoenenwinkels om de online concurrentie het hoofd te bieden?

Onlangs heeft de Hogeschool van Amsterdam de online marketingactiviteiten van circa 150 zelfstandige schoenenzaken onderzocht. Daaruit blijkt onder meer dat het verhogen van het aantal winkelbezoeken en omzetgroei de belangrijkste redenen zijn om online marketingactiviteiten te starten. Toch benutten veel retailers nog lang niet alle mogelijkheden die het internet biedt. Zo heeft maar een derde van alle schoenenwinkels een webshop. Het stimuleren van het winkelbezoek middels de website beperkt zich vooral tot het aankondigen van evenementen in de winkel. Checken via de website of een paar schoenen in de winkel op voorraad is, of het aanbieden van kortingsbonnen, zijn mogelijkheden die minder vaak worden benut. Opvallend is ook dat meer zelfstandige schoenenwinkels gebruikmaken van social media dan van een eigen website. Ze geven aan dat het effectief inzetten van social media en de verbetering van de online vindbaarheid de komende drie jaar de belangrijkste prioriteiten zijn op het gebied van online marketing.

Schoenenzaken die een webshop hebben en/of actief zijn op social media lieten in 2012 een positievere omzetontwikkeling zien dan collega's die geen gebruikmaken van deze online marketingkanalen. Ook over de omzetontwikkeling in 2013 zijn eerstgenoemde bedrijven beduidend positiever dan bedrijven die niet aan online verkoop en social media doen. De vraag die echter onbeantwoord blijft: presteren schoenenzaken die online marketing inzetten beter, of maken de betere schoenenwinkels meer gebruik van online marketing? Feit is dat schoenenwinkels niet meer zonder online marketing kunnen. Met dat statement is bijna de helft van de zelfstandige schoenenzaken het eens.

JESSE WELTEVREDEN
LECTOR ONLINE ONDERNEMEN
HOGESCHOOL VAN AMSTERDAM



De mening in deze gastcolumn is niet noodzakelijk de mening van de redactie.

In de volgende Schoenvisie

Prognose vrouwenmode

Door onze trendwatcher Bea de Roo

Gratis kleurkaarten

met de nieuwste modetinten



Exclusief interview met

Simon van Loon,
commercieel directeur
Van Lier

Schoenvisie 1
verschijnt op
24 januari
2014

Colofon

Vakblad voor schoenenhandel en schoenenindustrie. Schoenvisie is een uitgave van MBM MYbusinessmedia, Mr. H.F. de Boerlaan 28, 7417 DA Deventer, Postbus 58, 7400 AB Deventer. Internet: www.mybusinessmedia.nl, www.schoenvisie.nl

Uitgeverij:
Kathelijne Koster (a.i.), Meike Kroese

Hoofredacteur:
Sanne Groot Koerkamp

Redactie:
Geraldine Prud'homme
g.prudhomme@schoenvisie.nl

Eindredactie:
Mirjam van der Linden, Jolanda Valk

Artdirection & Vormgeving:
De Opmaakredactie, Doetinchem

Marketing:
Job Scheepers
j.scheepers@mybusinessmedia.nl
020-4602237

Advertentieverkoop:
Eliza Middelhoek
e.middelhoek@schoenvisie.nl
06-12893521
Roel Nooijens
r.nooijens@mybusinessmedia.nl
06-12970231, 020-4602217
Anne Wesselman, salesmanager
a.wesselman@mybusinessmedia.nl
020-4602215

Advertentieoorderverwerking:
fashionads@mybusinessmedia.nl
Debby Bugter, 0570-504359

Druk: Tesink, Zutphen

Abonnementen
Schoenvisie verschijnt negen keer per jaar. Voor vragen over abonnementen, bezorging en/of adreswijzigingen kunt u bellen met 010-2894008 (+31 voor international contacts); faxen naar (+31) 010 2894073; mailen naar klantenservice@schoenvisie.nl; schrijven naar MYbusinessmedia bv, Schoenvisie, Postbus 8632, 3009 AP Rotterdam.

Abonnementstarieven
Jaarabonnement Nederland + België €122,- exclusief 6% btw en €3,95 administratiekosten.
Jaarabonnement buitenland €190,65,- inclusief verzendkosten, exclusief 6% btw.
Jaarabonnement geldt tot wederopzegging. Beëindiging van het abonnement kan uitsluitend schriftelijk gebeuren, uiterlijk drie maanden voor het einde van de abonnementsperiode; nadien vindt automatisch verlenging plaats.

Copyright 2013. Niets uit deze uitgave mag worden vervaakwoordigd, overgenomen of op welke wijze dan ook openbaar gemaakt, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

mybusinessmedia

HO 2013
KEURMERK
Lid ESPA
(European Shoe
Press Association)

www.mybusinessmedia.nl/
algemeenwaarden