

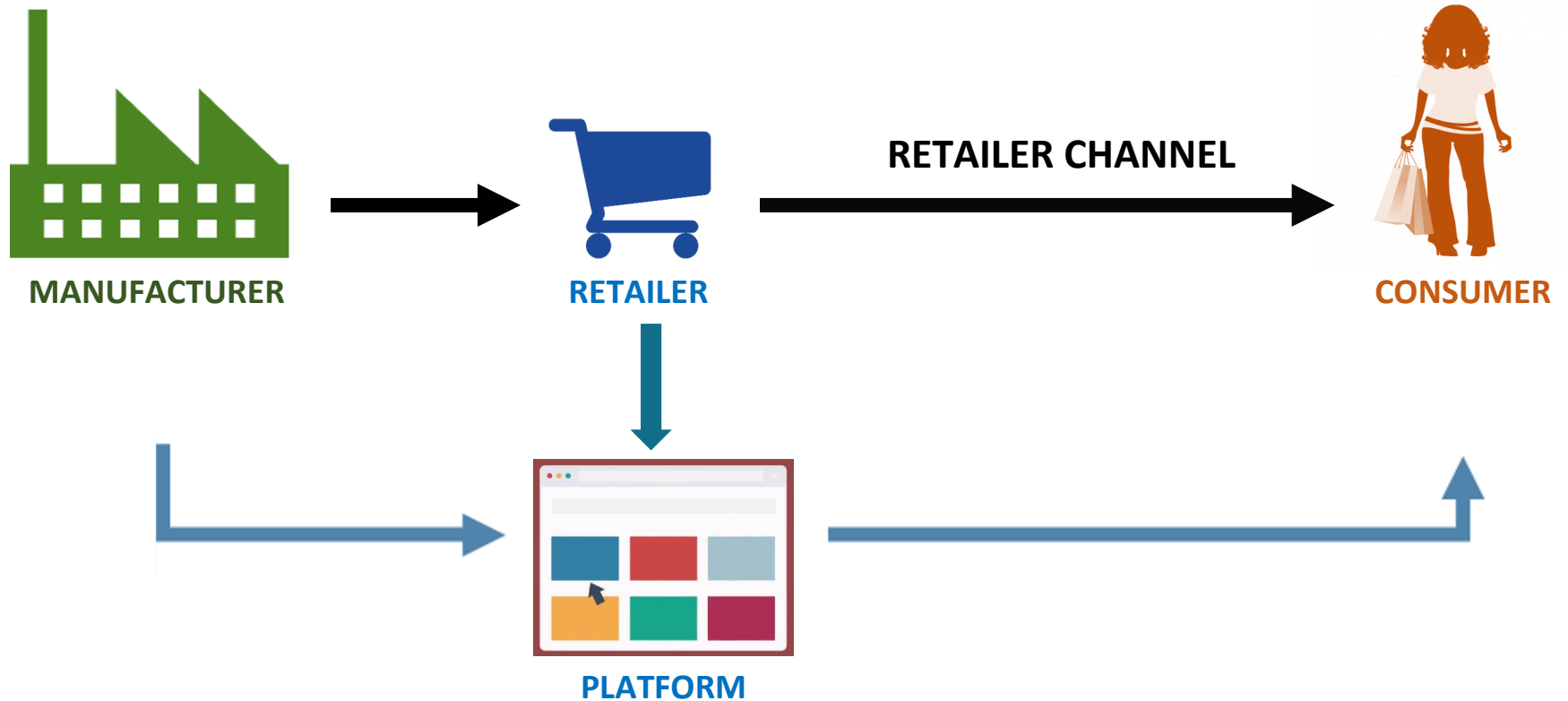
Online marktplaatsen: Vriend of vijand?

Prof. Dr. Els Breugelmans



Wat zijn online marktplaatsen?

Online marktplaatsen = platform economie



Online marktplaats

=

*“Plaats waar third parties
(externe verkopers) de
mogelijkheid krijgen om hun
assortiment te plaatsen en
aan te bieden via een online
platform”*

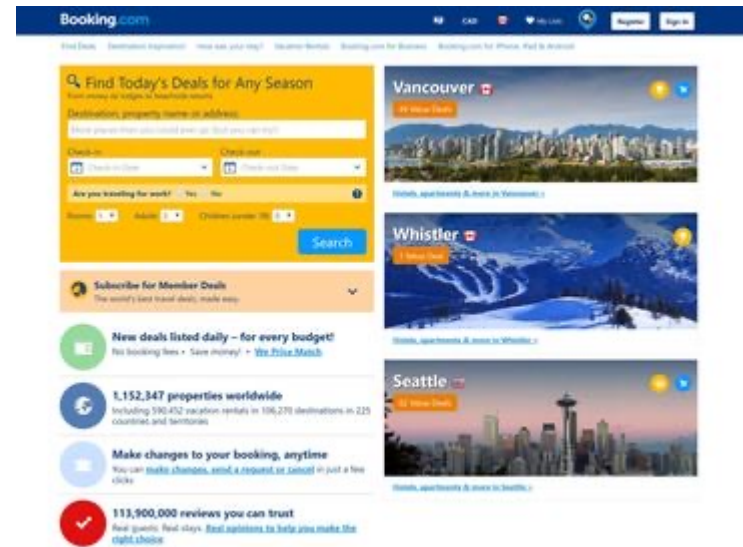


Transactieplatformen (B2C)

- Focus op verkopen van producten

Bemiddelingsplatformen (B2C)

- Focus op matchen van vraag & aanbod binnen diensten



Transactieplatformen (B2C)

- Focus op verkopen van producten

“Giants” (zeer breed assortiment)

amazon

bol.com

Alibaba.com

“Niche” (categorie-specifiek)



Sport

DYI
ManoMano

vidaxl

Huis & tuin

KU LEUVEN

Zijn ze belangrijk?

JAA!

En nog meer sinds corona

BECOMMERCE SHOPPING100

7th edition 2020

A digital footprint of the e-commerce top in Belgium



Coronacrisis: Streamingdiensten en online marktplaatsen steeds populairder

BECOMMERCE SHOPPING100 LIJST DE BESTE 100 WEBWINKELS ACTIEF OP DE BELGISCHE MARKT OP NA EEN ZWAAR CORONAJAAR



retailnews

retailtv

retaillevents

retailhub

retailhunts

ret

Marktplaatsen grote winnaars van de coronacrisis

Published in
Algemeen on 22-09-2021



“Corona heeft een turbo op de marktplaatsen gezet” Brecht Kaes (Buckaroo)



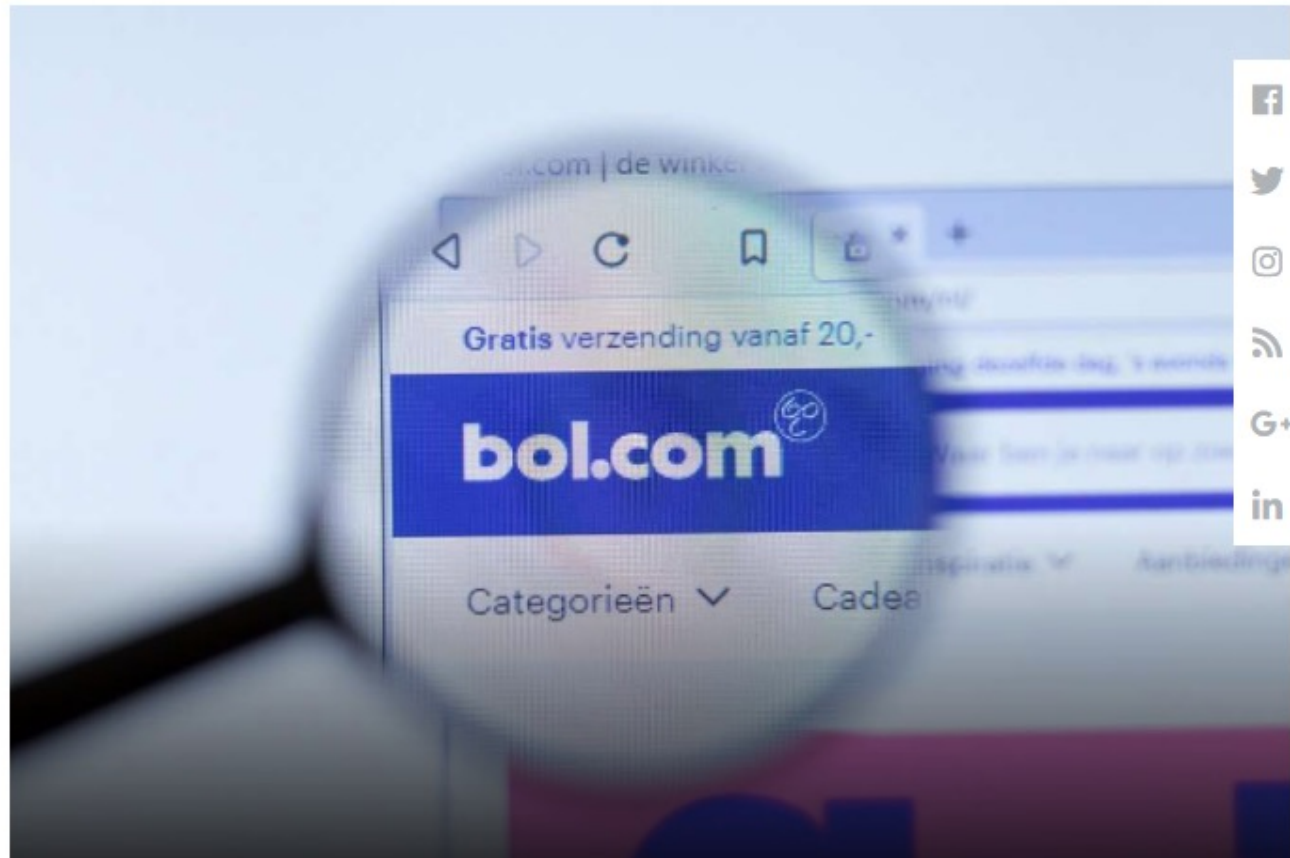
Shutterstock.com

Marktplaatsen kenden een groei van wel 37,5% in Europa als gevolg van de coronapandemie. Dat blijkt uit de tweede editie van de "Top 100 Cross-Border Marketplaces Europe". Opmerkelijke stijgers zijn **OLX**, **Uber Eats** en **Zalando**.

Marktplaats bol.com blijft groeien

Published in
Algemeen on 12-10-
2021

Redactie



Shutterstock.com

Uit de nieuwe PlatformMonitor van **bol.com** blijkt dat het omzetaandeel van de partners blijft stijgen. Ook het aantal actieve klanten blijft toenemen, net als het aantal aangeboden producten.

Bijna 60% van totale omzet

Zowel in Nederland als in België is het omzetaandeel van de partners het voorbije jaar opnieuw gestegen. De toename is het grootst in Nederland (+4,13%), in België is dat maar goed de helft (+2,21%). In beide landen vertegenwoordigen de partners nu bijna 60% van de totale omzet.

Goodbye Google, hello marketplaces

'56 procent van de online shoppers begint zijn zoekactie op een marketplace'



Marktplaats.nl



Amazon



Alibaba



Nextail



bol.com

bol.com®

Laat je ze links liggen, val je ze
aan, of omarm je ze?

Waarom wel omarmen

Why not?

Waarom wel omarmen

Snelle manier om heel de wereld & nieuwe klanten te bereiken

Heel bekend/hoge awareness

Lage set-up & onderhoudskosten

Why not?

Klanten appreciëren one-stop shopping

Hoog vertrouwen bij consumenten

Hulp bij afhandeling & logistiek

...

Waarom niet omarmen

Why not?

Waarom niet omarmen

Extra
tussenpersoon →
commissie, lagere
marge

Concurrentie met
andere spelers

Concurrentie met
platform

Why not?

Concurrentie met
eigen kanalen

Uithollen
merkimago

Geen toegang tot
alle data

...

Wat zegt de academische literatuur ivm concurrentie met eigen kanalen?

ARTICLE IN PRESS

IJRM-01383; No of Pages 18

International Journal of Research in Marketing xxx (xxxx) xxx



ELSEVIER

Contents lists available at [ScienceDirect](#)

IJRM

International Journal of Research in Marketing

journal homepage: www.elsevier.com/locate/ijresmar



Full Length Article

Acquiring customers through online marketplaces? The effect of marketplace sales on sales in a retailer's own channels

Erik Maier^{a,*}, Jaap Wieringa^b

^a HHL Leipzig Graduate School of Management, Jahnallee 59, 04109 Leipzig, Germany

^b Faculty of Economics & Business, University of Groningen, Nettelbosje 2, 9747 AE Groningen, the Netherlands

Wat zegt de academische literatuur ivm concurrentie met eigen kanalen?

ARTICLE IN PRESS

IJRM-01383; No of Pages 18



ELSEVIER

Full Length Article

Acquiring customer
marketplace s

Erik Maier^{a,*}, Jaap Wieringa^b

^a HHL Leipzig Graduate School of Management, Jahnallee 59, 04109 Leipzig, Germany

^b Faculty of Economics & Business, University of Groningen, Nettelbosje 2, 9747 AE Groningen, the Netherlands

Key take-aways:

- Marktplaats zorgt voor een **stijging** van de online verkopen via de website van de retailer
- Vooral bij categorieën waar de keuze groot is & bij categorieën waar prijs beperkt is
- Maar, mogelijk negatieve effecten op LT



Wat nu?



Overwegingen

- Een consument verwacht (alle) producten op een online marktplaats: Als ik het niet doe, doet mijn concurrent het dan wel?
 - Hoe past een marktplaats strategisch in mijn kanaalaanbod?
 - Doelgroep, markt, product



Overwegingen

- Start met een beperkt assortiment
 - Zo vind je een markt voor de long-tail producten
 - Zo ontdek je of er een markt is 'daarbuiten'
 - Zo zet je je interne bedrijfsprocessen op punt
 - Logistiek (afhandeling), customer service, software, ...



shutterstock.com - 1921857668

Overwegingen

- Gebruik de contacten zoals levering, mailing als hefboom voor customer relationship management
 - Creëer een unieke ervaring
 - Bouw een relatie
 - Zorg voor persoonlijke touch



Samengevat

- Online marktplaatsen zijn 'huge' en zullen niet direct verdwijnen
- Je kan online marktplaatsen dus maar beter niet 'gewoon' negeren. Ze wachten niet op jouw bedrijf/product.
- Zie online marktplaatsen als een partner/mogelijke opportuniteit, en geen bedreiging. Ze zijn niet de vijand!
- Denk na of, en op welke manier, ze je bestaande kanaalportfolio kunnen versterken en zoek de synergieën met andere kanalen
- En moeten we ons zorgen maken over de macht van sommige platformen?

“

**THINK
BIG
START
SMALL
LEARN
FAST**

”

Meer weten?

- Els Breugelmans
- els.breugelmans@kuleuven.be

- LinkedIn

- Twitter
 - Els Breugelmans



Linked in®

