

---

# INTERNATIONALISERINGSPLAN O'CHELLE

---

AVANS HOGESCHOOL 'S-HERTOGENBOSCH

---



## **Projectgroep 5 SBK3A**

### **Namen:**

Yassine El Achkar

Emilio Baaijens

Tijmen van Bilderbeek

Merijn Jansen

Joey de Jong

### **Projectbegeleider:**

Kim Arntz

### **Inleverdatum:**

24 maart 2011

### **Studentnummers:**

2033208

2043669

2040047

2036235

2032044

## VOORWOORD

---

Voor u ligt het internationaliseringsplan voor O'Chelle. In dit blok stond de drogisterij en de parfumerie centraal. O'Chelle is een drogisterij/parfumerie keten met ruim 31 winkels. O'Chelle is afkomstig van de nog bestaande drogisterij keten de DA drogist. Henk van der Doelen is de eigenaar en oprichter van O'Chelle.

Wij hadden de opdracht gekregen om een internationaliseringsplan te schrijven voor O'Chelle. Het doel was duidelijk: er moest een webshop worden opgezet in het Verenigd Koninkrijk. Het was aan ons om duidelijkheid te verkrijgen in alle aspecten van een webshop in het Verenigd Koninkrijk.

Tot slot willen wij graag iedereen bedanken die ons heeft geholpen met het schrijven van dit internationaliseringsplan. Onze dank gaat vooral uit naar de gastsprekers en eigenaar van O'Chelle. De gastsprekers willen wij graag bedanken voor de tijd en energie die ze in ons hebben gestoken. Ze gaven ons duidelijke informatie die zeer waardevol was voor ons project, dank hiervoor. O'Chelle willen we graag bedanken voor de leuke opdracht die ze ons hebben meegegeven en alle informatie die ze beschikbaar stelde voor ons. Bedankt voor de leuke ervaring in de drogisterij/parfumeriebranche. Het laatste bedankje gaat uit naar mevr. Arntz voor de persoonlijke begeleiding van ons project.

's-Hertogenbosch, 24 maart 2011

Merijn Jansen  
Yassine el Achkar  
Emilio Baaijens  
Thijmen van Bilderbeek  
Joey de Jong

# INHOUD

---

<b>Avans Hogeschool 's-Hertogenbosch</b> .....	1
<b>Voorwoord</b> .....	2
<b>Management Summary</b> .....	4
<b>Inleiding</b> .....	5
<b>1.0 Specifieke eigenschappen markt</b> .....	6
<b>1.1 Cultuurverschillen</b> .....	6
<b>Individualisme ( IDV)</b> .....	6
<b>Masculiniteit (mas)</b> .....	7
<b>1.2 Aanpassing product &amp; service</b> .....	7
<b>2.0 Doelgroep</b> .....	7
<b>2.1 Huidige doelgroep</b> .....	8
<b>2.2 Aanpassingen doelgroep Verenigd Koninkrijk</b> .....	8
<b>2.3 doelgroep</b> .....	8
<b>2.4 Aankoopgedrag</b> .....	8
<b>2.5 Prijs</b> .....	10
<b>2.6 Kwaliteit</b> .....	10
<b>2.7 Service</b> .....	10
<b>2.8 Conclusie</b> .....	10
<b>3.0 Webshop</b> .....	11
<b>3.1 doelstellingen</b> .....	11
• <b>Vindbaarheid van de website</b> .....	11
• <b>Navigatie op website</b> .....	11
• <b>Compleet en verrassend assortiment</b> .....	11
• <b>Deskundigheid en informatie</b> .....	11
<b>3.2 Marketing</b> .....	12
<b>Verzamelpagina's</b> .....	12
<b>Banners</b> .....	12
<b>Overige</b> .....	12
<b>3.3 Communicatie instrumenten</b> .....	13
<b>3.4 Conclusie</b> .....	14
<b>Eindconclusie</b> .....	15
<b>Bronnen</b> .....	16
<b>Bijlage</b> .....	17

## MANAGEMENT SUMMARY

---

Binnen dit plan is er antwoord gegeven op de implementatie van een webshop in het Verenigd Koninkrijk voor het bedrijf O'Chelle. Hierbij is gekeken naar de doelgroep, wijze van communicatie en praktische zaken zoals transport, wijze van betalen, juridische regels en het budget. In dit plan zullen alle aspecten benoemd worden om een succesvolle webshop op te zetten in het Verenigd Koninkrijk.

O'Chelle heeft besloten om zijn activiteiten uit te breiden in de vorm van een webshop. Het was voor O'Chelle niet duidelijk hoe ze deze activiteiten konden uitvoeren. In dit plan wordt daarom antwoord gegeven op alle aspecten die met een webshop te maken hebben in het Verenigd Koninkrijk.

De belangrijkste bevindingen die zijn gedaan is dat er voor de webshop in het Verenigd Koninkrijk beter een andere doelgroep aangesproken kan worden. Dit worden vrouwen in de leeftijd van 18 tot 40 jaar in plaats van de huidige doelgroep van vrouwen in de leeftijd van 30 tot 50 jaar. Deze keuze is gemaakt omdat jongeren voornamelijk verantwoordelijk zijn voor de meeste internet aankopen.

De webshop zal zowel in het Nederlands als in het Engels uitgevoerd worden. Hierdoor wordt het klantenbereik enorm vergroot. Het is mogelijk om zowel in Nederland als in het Verenigd Koninkrijk te bestellen, omdat de verzending geregeld gaat worden vanuit het huidige centraal magazijn in Heesch. De internationale transporteur UPS kan het product met een goede continuïteit vervoeren naar het Verenigd Koninkrijk.

De webshop zal ontwikkeld worden door de huidige maker van de website. Hierdoor blijft de ontwikkeling van de webshop in eigen beheer en kunnen er ook geen fouten optreden binnen de communicatie naar de klant.

Verder zijn er de volgende aanbevelingen voor O'Chelle naar voren gekomen :

- Promoot gericht op de doelgroep, dit scheelt een hoop kosten en de zekerheid is er dat de doelgroep bereikt wordt.
- Gebruik meerdere advertentie programma's zoals Google Adwords, Hotmail en Facebook advertenties. Dit vergroot het bereik aanzienlijk.
- Maak gebruik van social media zoals Youtube, Facebook en Twitter.
- Maak gebruik van zoekmachine optimalisatie.
- Maak gebruik van een opmaat gemaakte webshop.
- Houd wetten en regels scherp in de gaten i.v.m. hoge boetes.

## INLEIDING

---

O'Chelle is een drogisterijketen onder leiding van ondernemer Henk van der Doelen. Met ruim 31 filialen is hij succesvol in Brabant. Binnen het bedrijf liggen er nog een aantal kansen open, zoals een webshop. Hiervoor is er dan ook een plan opgesteld voor een webshop in het Verenigd Koninkrijk.

Naar aanleiding van een opdracht vanuit het bedrijf O'Chelle is er een internationaliseringsplan opgesteld voor een webshop in het Verenigd Koninkrijk. In dit plan komen alle belangrijke aspecten aanbod om een webshop op te starten. Hierbij moet u denken aan de volgende onderwerpen; specifieke eigenschappen markt, doelgroep en webshop. De onderwerpen zijn onderverdeeld in diverse sub onderwerpen die het onderwerp meer duidelijkheid geven.

## 1.0 SPECIFIEKE EIGENSCHAPPEN MARKT

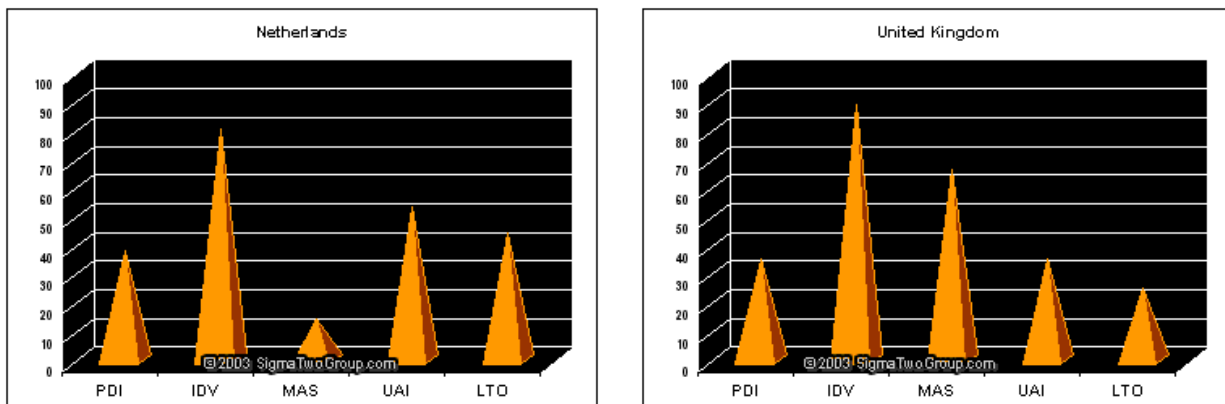
---

In dit hoofdstuk zal beschreven worden wat de eigenschappen zijn van de doelmarkt, wie de doelgroep wordt en welke cultuurverschillen er spelen tussen de mensen uit Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Dit hoofdstuk zal inzicht geven op diversen aspecten met betrekking tot de doelmarkt en doelgroep.

### 1.1 CULTUURVERSCHILLEN.

---

De cultuurverschillen zullen behandeld worden aan de hand van de theorie van Hofstede. Deze theorie geeft duidelijk aan welke verschillen er zitten tussen de twee culturen. Geert Hofstede gebruikt vijf dimensies, namelijk machtsafstand, individualisme, masculiniteit, onzekerheidsvermijding en lange of kortetermijndenken. Er zal per punt toegelicht worden hoe de cultuur van het Verenigd Koninkrijk in elkaar zit.



In de bovenstaande plaatjes is te zien hoe de 5 dimensies van Hofstede zich tot elkaar verhouden.

#### **MACHTSAFSTAND (PDI)**

Het Verenigd Koninkrijk scoort op dit punt vrij laag. Dit zelfde geldt ook voor Nederland. Hierdoor kan er gesteld worden dat de bevolking in deze landen waarde hechten aan een duidelijke hiërarchie. In deze landen is de hiërarchie dan ook duidelijk verdeeld. De leider is in beide gevallen de koningin van het land.

#### **INDIVIDUALISME (IDV)**

Het Verenigd Koninkrijk en Nederland zijn beide zeer individualistisch. Dit houdt in dat de mensen meer naar hun zelf kijken dan naar een ander. Een opmerkelijk detail binnen dit onderwerp is dat een welvarend lang hoog scoort en een niet welvarend land erg laag scoort. Binnen arme landen zijn mensen eerder geneigd elkaar te helpen tijdens problemen.

## **MASCULINITEIT (MAS)**

Het Verenigd Koninkrijk is zeer masculiene in tegenstelling tot Nederland. Hierdoor kan er gesteld worden dat de bevolking in het Verenigd Koninkrijk veel waarde hecht aan de traditionele man en vrouw verdeling. In Nederland wordt hier anders tegen aan gekeken. In Nederland kan bijvoorbeeld een vrouw gewoon directeur worden. In het Verenigd Koninkrijk wordt hier dus anders op gereageerd. Daar vinden ze dat een directeur een man moet zijn en geen vrouw.

## **ONZEKERHEIDSVERMIDING (UAI)**

Nederland en het Verenigd Koninkrijk scoren hier beide vrij laag. Dit houdt in dat beide landen niet veel waarden hechten aan controle. Beide landen zijn zeer kalm en laten alles maar op zich afkomen. Dit in tegenstelling tot mediterrane landen die wel graag de controle hebben en willen weten wat er op hun afkomt, zodat ze maatregelen kunnen treffen.

## **LANGE OF KORTETERMIJNDENKEN (LTO)**

Nederland en het Verenigd Koninkrijk scoren ook hier vrij laag. Hierdoor kan er gesteld worden dat deze landen niet direct resultaten hoeven te zien van innovaties en ontwikkelingen. In het midden oosten is het gebruikelijk dat de resultaten wel direct zichtbaar zijn. Mede door de grote ontwikkelingen daar scoren ze daarom ook hoger.

## **1.2 AANPASSING PRODUCT & SERVICE.**

---

Bij de export van een product of formule dient er rekening gehouden te worden met verschillen tussen de twee landen. Wet en regelgeving kunnen dan ook verschillen. Tevens kunnen er cultuurverschillen zijn waardoor de formule daar bijvoorbeeld niet aanslaat. Dan is het noodzaak om enkele aanpassingen te doen om het tot een succes te maken.

O'Chelle heeft een formule voornamelijk gericht op service en de klant. Deze formule kan dan ook succesvol worden in het Verenigd Koninkrijk, omdat daar een vergelijkbaar bedrijf genaamd Boots enorm veel succes heeft. Zij hebben daar één derde van de markt in handen voornamelijk in de parfumerie.

Graag wordt er ook verwezen naar de bijlage voor een uitgebreide tabel met de specifieke eigenschappen van de doelgroep waarop O'Chelle zich mogelijk kan gaan richten.

## **2.0 DOELGROEP.**

---

De doelgroep van O'Chelle zal in het Verenigd Koninkrijk lichte aanpassingen krijgen om de webshop tot een succes te maken. Er zal dan ook in dit hoofdstuk behandeld worden hoe de huidige doelgroep veranderd zal worden voor de webshop in het Verenigd Koninkrijk.

## **2.1 HUIDIGE DOELGROEP.**

---

De huidige doelgroep van O'Chelle richt zich op voornamelijk mensen tussen de 30 en 50 jaar. O'Chelle gaf hierbij duidelijk aan dat er binnen die doelgroep diversen subgroepen zitten, zoals moeders, gezinnen met kinderen en prijsbewuste mensen. O'Chelle speelt hierop in met aanbiedingen die interessant zijn voor die groepen, zoals acties met 1 + 1 gratis of 2 + 2 gratis. Dit is een extra stimulans voor die doelgroep om naar O'Chelle te gaan.

## **2.2 AANPASSINGEN DOELGROEP VERENIGD KONINKRIJK.**

---

De webshop van O'Chelle in het Verenigd Koninkrijk zal zich voornamelijk gaan richten op de doelgroep 18 tot 40 jaar en dan voornamelijk vrouwen. Deze keuze is gemaakt, omdat de jongeren de meeste online aankopen verrichten in tegenstelling tot de leeftijdsgroepen daarboven. Daarnaast hebben de drogisterijen en parfumerieën altijd een ruim aanbod in vrouwen artikelen. Binnen deze doelgroep dient er wel een onderzoek uitgevoerd te worden aan welke producten deze groep behoeften heeft. Hieruit wordt er een duidelijk beeld geschetst hoe het assortiment eruit moet gaan zien om deze doelgroep te lokken om iets te kopen.

Graag wordt er ook verwezen naar de bijlage om de verschillen van de doelmarkt op een rijtje te zien.

## **2.3 DOELGROEP.**

---

Het is voor O'Chelle van belang om een duidelijke doelgroep te hebben waarop ze zich willen richten in het Verenigd Koninkrijk. Voornamelijk, omdat er binnen het Verenigd Koninkrijk een mogelijke doelgroep is van 19.228.938 vrouwen en ongeveer hetzelfde aantal mannen. Deze groep dient verder gesegmenteerd te worden op voorkeuren, kenmerken, eigenschappen of gedragingen.

Hierdoor wordt de mogelijke doelgroep kleiner en is het makkelijker om een gerichte marketingcampagne op te stellen, specifiek voor die groep. Door duidelijkheid te krijgen in de doelmarkt kan uiteindelijk, een voor het bedrijf geschikte doelgroep samengesteld worden. Hierop kunnen vervolgens gericht campagnes gelanceerd worden. Dit in combinatie met het gebruik van social media. De specifieke eigenschappen van de doelgroep zullen behandeld worden aan de hand van vijf onderwerpen. De vijf onderwerpen zullen duidelijkheid geven in de eigenschappen van de doelgroep die O'Chelle wil benaderen.

De vijf onderwerpen zijn.

- Aankoopgedrag
- Prijs
- Kwaliteit
- Service
- Aanpassingen product/formule

## **2.4 AANKOOPGEDRAG.**

---

Het belang van social media speelt bij het aankoopgedrag een belangrijke rol. De macht van social media kan de winkel een boost geven, maar kan ook de gehele winkel afbreken. Blogs en andere social network sites hebben grote invloed op retailers en consumenten. Een goed voorbeeld hiervan is het Amerikaanse Kryptonite die negatief in het licht kwamen op een weblog. Dit omdat hun fietsloten niet voldeden aan de eisen. Het bedrijf had een schade van 10 miljoen dollar vanwege de recalls die uitgevoerd moesten worden.





Facebook is binnen het Verenigd Koninkrijk het meest succesvol van alle social network sites. O'Chelle kan hiermee zijn voordeel doen door het plaatsen van banners en advertenties. Tevens kan er ook een eigen fan page aangemaakt worden waarop gecommuniceerd kan worden met de consument. Dit over nieuwe producten of aanbiedingen bijvoorbeeld. Door goede en duidelijke communicatie zal dit ook tot meer tevreden klanten leiden.

## **2.5 PRIJS.**

---

De prijs van de producten is een belangrijk aspect binnen de bedrijfsvoering en voor de bepaling van de doelgroep. De prijs van de producten maakt onder andere duidelijk op welk segment gericht wordt. Er wordt onderscheid gemaakt in drie segmenten, namelijk laag, midden en hoog segment. Hieruit wordt er een duidelijk beeld gecreëerd op welke doelgroep de prijs gericht is. Tevens wordt er uit de prijs bepaald hoeveel de brutowinst uiteindelijk wordt. Dit geeft een beeld van de uiteindelijke netto winst.

O'Chelle bedient voornamelijk het midden tot hoog segment. Dit blijkt uit de winkelcommunicatie in de winkels. Binnen O'Chelle zijn dan ook weinig aanbiedingen te vinden, dit omdat er niet meegegaan kan worden met de kortingsknallers van bijvoorbeeld het Kruidvat. De prijzen zijn wel iets duurder dan een Kruidvat maar dit betaald zich uit in een hogere service naar de klant.

## **2.6 KWALITEIT.**

---

De kwaliteit van de goederen is bij de meeste consumenten een punt of ze het wel of niet kopen. Bij een tegenvallende kwaliteit zullen de meeste mensen het product niet kopen. Bij een uitstekende kwaliteit zullen mensen het veelal wel kopen. Hier speelt de prijs dan ook weer een belangrijke rol. Veel consumenten hechten waarde aan een goede prijs kwaliteitverhouding.

O'Chelle controleert al zijn producten in het centraal magazijn gelegen in Heesch<sup>7</sup>. Hierdoor bewaken ze de kwaliteit van de goederen. Mede door de controle weet O'Chelle dat ze de klant een kwalitatief goed product bieden wat niet beschadigd is.

## **2.7 SERVICE.**

---

De meesten consumenten zijn erg prikkelbaar voor goede service en zijn daarom eerder geneigd om naar een service verlenend bedrijf te gaan in plaats van een bedrijf dat geen service biedt. Binnen dit onderwerp speelt de communicatie tussen retailer en consument een belangrijke rol. Door een goed gesprek kan de retailer de wensen van zijn klant ontdekken en hierop inspelen.

O'Chelle hecht veel waarde aan service voor de klant en hebben daarom de formule hier helemaal op toegespitst. Ze hebben dan ook een speciale slogan, namelijk 'jij bent bijzonder'<sup>7</sup>. Hiermee willen ze aangeven dat de klant bijzonder is, en zij zullen er dan ook alles aan doen om dat waar te maken.

## **2.8 CONCLUSIE.**

---

Het grote voordeel voor O'Chelle is dat het Verenigd Koninkrijk veel ver gelijkenissen heeft met Nederland. De gekozen doelgroep is zeer actief op Facebook binnen het Verenigd Koninkrijk. Er wordt dan ook aangeraden om een webshop te beginnen in het Verenigd Koninkrijk met de doelgroep die is vastgesteld.

## 3.0 WEBSHOP

---

In dit hoofdstuk zal uiteengezet worden hoe een de webshop van O'Chelle in Engeland het beste gerealiseerd kan worden. Hierbij zal met erg veel dingen rekening gehouden moeten worden. Dit omdat het opzetten van een webshop erg veel gemeen heeft met het opzetten van een fysieke winkel. In dit hoofdstuk zal dan ook dieper ingegaan worden op de belangrijkste aspecten zoals het te voeren prijsbeleid, promotie, budget, software en de noodzakelijke Marketing.

### 3.1 DOELSTELLINGEN.

---

Cruciaal bij elk plan zijn natuurlijk de daaraan verbonden doelstellingen. Hetgeen het achteraf makkelijk maakt te controleren of de doelstellingen zijn gehaald. Daarom zijn er voor de O'Chelle Webshop de volgende 3 onderstaande doelstellingen geformuleerd.

#### 1, BINNEN EEN JAAR DE WEBSHOP IMPLEMENTEREN.

Binnen een jaar de Webshop implementeren lijkt in eerste instantie een erg ruime periode maar in de snelle wereld van internet zal een zeer goede voorbereiding cruciaal zijn. Zo zal er goed gekeken moeten worden naar de volgende punten.

- De te gebruiken software.
- De daadwerkelijke webshop zal ontwikkeld moeten worden.
- Er zal een distributie plan opgesteld moeten worden.
- Klachten afhandeling moet geregeld zijn !

#### 2, BINNEN 4 JAAR BREAK EVEN DRAAIEN.

Dit genomen vanaf moment nul. Hierna is het reëel dat de baten tegen de kosten op zullen wegen binnen 3 jaar. Wederom een lange periode maar omdat de producten naar Engeland verstuurd moeten worden zal dit de marge flink drukken. Zo zullen de distributie kosten niet of nauwelijks aan klanten doorgerekend kunnen worden omdat potentiële klanten dan snel naar een goedkopere concurrent zullen gaan. In dit licht zal een groot onderscheidend vermogen van de webshop dan ook essentieel zijn.

#### 3, BINNEN 2 JAAR MINIMAAL EEN 8 SCOREN OP KLANT TEVREDENHEID.

Op enig moment zal gemeten moeten worden hoe klanten de Webshop van O'Chelle beoordelen. Dit zal gemiddeld een 8 moeten zijn. Dit omdat de concurrentie op internet al zeer hevig is. Andere belangrijke punten die in bijvoorbeeld een enquête gemeten zouden kunnen worden zijn bijvoorbeeld;

- Leveringstijden.
- Vindbaarheid van de website.
- Navigatie op website
- Compleet en verrassend assortiment.
- Deskundigheid en informatie.

## 3.2 MARKETING.

---

Zoals al vermeld lijkt het openen van een Webshop sterk op het openen van een fysieke winkel. De marketing is echter is een ander verhaal omdat het om een online winkel gaat. Daarom zullen de meeste marketing activiteiten ook online plaatsvinden. Maar het belangrijkste is gewoon gevonden kunnen worden op het www en daarom zijn de onderstaande activiteiten sterk aan te raden.

### ZOEKMACHINE OPTIMALISATIE

Verreweg de meeste gebruikers van internet starten met het gebruik van een zoekmachine. Google is de meest gebruikte zoekmachine op internet. (90%) Het is dan ook belangrijk om een website aan te melden bij de belangrijkste zoekmachines. Om vervolgens door de zoekmachine zelf gevonden te worden zijn de volgende zaken van belang.

- \* Tekstuele inhoud van de website. (Google zoekt op woorden die vaak in een tekst voorkomen.)
- \* Aantal links die verwijzen naar de website.
- \* Zoekwoorden waarop de website gevonden kan worden. (Deze kunnen ingesteld worden.)

Ook is er bij google de mogelijkheid om gebruik te maken van Google AdWords. Dit zijn kleine advertenties linksboven op de pagina. Hiervoor moet u een vergoeding betalen per keer dat er op de advertentie wordt geklikt. Dit kost ongeveer € 0.28 en is een erg effectieve manier om gevonden te worden op Google.

### VERZAMELPAGINA'S

Verzamel pagina's zijn internet pagina's waarop een hele hoop links staan over een bepaald onderwerp.

Voorbeelden hiervan zijn startpagina.nl, webwinkelwijzer.nl en startkabel.nl

Ook hier wordt erg veel gebruik van gemaakt en aanmelden is dan ook zeer aan te bevelen.

### BANNERS

Banners zijn advertenties op internet, eigenlijk zoals we die al kennen van kranten en tijdschriften. Wel zijn de banners een stuk goedkoper en dus ook een interessante optie bij het opzetten van een nieuwe Webshop.

### OVERIGE

Ook een veelgebruikt medium op internet zijn websites zoals eBay en marktplaats. Door op deze sites producten aan te bieden zullen klanten ook sneller de webshop bezoeken.

### OVERIGE COMMUNICATIE KANALEN

Tot zo ver de manieren om een webshop op internet vindbaar te maken. Ook kan er natuurlijk gebruik gemaakt worden van de meer traditionele communicatie kanalen zoals;

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| * Online Nieuwsbrief                 | * tv reclame                             |
| * Advertenties in krant of via radio | * Advertenties in magazines en vakbladen |
| * Reclame via Twitter                | * Banners op Facebook                    |
| * Applicatie op Smarth Phone         | * Flyeren                                |

Bovenstaande communicatie manieren hebben allen hun voor en nadelen. Ook kunnen ze in combinatie met elkaar gebruikt worden.

### 3.3 COMMUNICATIE INSTRUMENTEN.

---

In deze paragraaf zal dieper ingegaan worden op de communicatie instrumenten die studenten voor ogen hebben ten opzichte van O'chelle. Dit wel met de achterliggende gedachten dat communiceren geen doel op zich is maar we de Webshop bij zoveel mogelijk mensen bekend willen maken.

De kritische succesfactor hierbij is dat de webshop echt waarde zal moeten toevoegen voor de consument. Door de eindeloze communicatie mogelijkheden die er vandaag de dag zijn zal de consument zelf uiteindelijk reclame gaan maken voor de Webshop.

Voor O'Chelle zou het dan ook aan te raden zijn om gebruik te maken van de volgende media kanalen.

#### facebook

Facebook is het grootste sociale netwerk ter wereld en heeft momenteel 680 miljoen leden.

Ook is het mogelijk voor bedrijven om een eigen pagina aan te maken. Dit is gratis en dan ook sterk aan te bevelen.

Verder zijn er zeer uitgebreide mogelijkheden om advertenties te plaatsen op Facebook. Zo is er de mogelijkheid om zeer gericht te adverteren voor de doelgroep die O'chelle voor ogen heeft. De advertentie kan geselecteerd worden op geslacht, burgerlijke staat, leeftijd, woonplaats en de interesses die mensen hebben. Zo is het mogelijk om de advertentie aan maar één hele selecte groep mensen te tonen wat ook de kosten zeer binnen de perken houdt.



Windows Live Hotmail heeft wereldwijd 360 miljoen gebruikers en is daarmee ook de grootste aanbieder van e-mailservice. Ook bij Hotmail is het mogelijk om te adverteren voor een zeer specifieke doelgroep. Even specifiek als bij Facebook en daarom is het erg interessant om te adverteren op dit programma.

#### Google AdWords

Zoals al beschreven is het erg belangrijk dat de webshop door middel van zoekmachines gevonden kan worden en daarom wordt er geadviseerd om gebruik te maken van Google Adwords.

Kleine advertentie en links op de zoekmachine google, die helpen hoger in de google ranking te komen en ruimte bieden om te adverteren voor website

- De kosten van de advertenties zijn te vinden in bijlage 6.0

### 3.4 CONCLUSIE.

---

Met het internet zijn de marketing mogelijkheden dus bijna eindeloos en hangt het erg van het budget af hoeveel er geadverteerd kan worden. Wel blijkt uit vele onderzoeken dat er wel veel doelgerichter geadverteerd kan worden. Ook erg belangrijk is dat er vaak heel precies gemeten kan worden wat het effect is van een marketing actie.

Voor de Webshop van O'Chelle zijn daarom de volgende marketing activiteiten sterk aan te bevelen.

- \* Zoekmachine optimaliseren.
- \* Adverteren op Facebook
- \* Adverteren op Hotmail
- \* Adverteren met google AdWords

Gekozen voor de bovenstaande marketing tools is omdat;

- \* De kosten van tevoren bepaald kunnen worden.
- \* Geadverteerd kan worden bij een zeer specifieke doelgroep.
- \* De media door zeer veel mensen gebruikt worden.

Tot zo ver de aanbeveling, waarbij Avans studenten ook even stil willen staan bij dingen die een bedrijf volgens de studenten juist niet moeten doen. Dit omdat ze zeer irritant zijn.

#### **Irritatie top 5.**

- \* Advertenties die zomaar in beeld springen !
- \* Nieuwsbrieven. (Deze worden nooit gelezen en vaak meteen verwijderd)
- \* Reclame voor het begin van een Youtube Filmpjes.
- \* Websites die niet goed werken.
- \* Ongewenst achtergrond geluid.

## EINDCONCLUSIE

---

Tot slot kunnen we dus rustig stellen dat het Verenigd Koninkrijk volgens de dimensies van Hofstede sterk lijkt op Nederland. Ook de culturele verschillen vallen mee en de levens standaard is vrijwel gelijk aan die van Nederland. Het gaat dan ook om een Europees land en met een webshop naar Engeland gaan zal cultureel gezien weinig problemen geven.

Wel zal er gekozen moeten worden voor een andere doelgroep, te weten; vrouwen van 18 tot 40 jaar. Dit omdat deze groep sterk vertegenwoordigd is op internet en een zeer specifieke doelgroep een hoop kosten kan besparen. De huidige advertentie mogelijkheden bieden namelijk deze selectie mogelijkheden aan en adverteren voor een kleine doelgroep is daarom een stuk goedkoper.

Adverteren via Facebook, Hotmail en Google AdWords is de meest effectieve manier. Wel is hierbij belangrijk dat O'Chelle wel alle zaken goed op orde moet hebben. Negatieve publiciteit is op internet namelijk snel verkregen.

## **BRONNEN.**

---

### **Internet**

<http://www.ochelle.nl/home>  
<http://www.webshopbeginnen.org/>  
<http://www.webwinkel-beginnen.nl/naam-webwinkel.html>  
<http://www.mkb servicedesk.nl/1069/hoe-start-webwinkel.htm>  
<http://www.eigenwebwinkelstarten.nl/>  
[https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=adwords&cd=NL&hl=nl\\_NL&ltmpl=adwords&passive=true&ifr=false&alwf=true&continue=https://adwords.google.nl/um/gaiaauth?apt%3DNone%26ugl%3Dtrue](https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=adwords&cd=NL&hl=nl_NL&ltmpl=adwords&passive=true&ifr=false&alwf=true&continue=https://adwords.google.nl/um/gaiaauth?apt%3DNone%26ugl%3Dtrue)  
[http://www.infotrade.nl/?gclid=CK2Ogs\\_6zqcCFcRG3godjTqfEg](http://www.infotrade.nl/?gclid=CK2Ogs_6zqcCFcRG3godjTqfEg)  
<http://www.facebook.com/adsmarketing/#!/adsmarketing/index.php?sk=cost>  
<http://www.facebook.com/ads/create/>  
[http://www.cyborlink.com/besite/united\\_kingdom.htm](http://www.cyborlink.com/besite/united_kingdom.htm)  
[http://nl.wikipedia.org/wiki/Geert\\_Hofstede](http://nl.wikipedia.org/wiki/Geert_Hofstede)  
<http://advertising.microsoft.com/nederland/home>  
<http://www.clickq.nl/begrippenlijst.aspx>  
[http://www.kvk.nl/download/Exportplan\\_tcm73-156771.doc](http://www.kvk.nl/download/Exportplan_tcm73-156771.doc)  
[http://www.marketingfacts.nl/berichten/invloed\\_van\\_weblogs\\_op\\_koopgedrag\\_consument/](http://www.marketingfacts.nl/berichten/invloed_van_weblogs_op_koopgedrag_consument/)  
<http://www.clickz.com/clickz/stats/1714661/top-ten-uk-social-networking-sites-may-2009>  
<http://www.managementsite.nl/436/marketing/prijs-meest-onderschatte-marketinginstrument.html>  
<http://www.crioc.be/NL/doc/x/y/document-4737.html>  
[http://www.geert-hofstede.com/hofstede\\_united\\_kingdom.shtml](http://www.geert-hofstede.com/hofstede_united_kingdom.shtml)  
[http://www.ups.com/bussol?loc=nl\\_NL&viewID=productView&contentID=ct1\\_sol\\_sol\\_air\\_freight&actionID=videoDemo&LinkId=nl\\_nl/homepage/click/hp\\_710x400\\_airFreight\\_0609/rot2/pos2](http://www.ups.com/bussol?loc=nl_NL&viewID=productView&contentID=ct1_sol_sol_air_freight&actionID=videoDemo&LinkId=nl_nl/homepage/click/hp_710x400_airFreight_0609/rot2/pos2)  
[https://wwwapps.ups.com/ctc/request?loc=nl\\_NL&WT.svl=PNRO\\_L1](https://wwwapps.ups.com/ctc/request?loc=nl_NL&WT.svl=PNRO_L1)  
<https://www.paypal.com/nl/cgi-bin/webscr?cmd=xpt/Marketing/general/HowToPayPal-outside>  
[http://www.visa.nl/overvisa/hoevisawerkt/main.jsp\\_en](http://www.visa.nl/overvisa/hoevisawerkt/main.jsp_en)  
<https://www.yourmastercard.nl/content/De-MasterCards/Hoe-werkt-een-MasterCard/>

### **Gastcolleges**

Gastcollege O'Chelle  
Gastcollege De heer Trump  
Gastcollege Marconcepts

### **Overig**

Factfinding Landenanalyse Verenigd Koninkrijk  
Bevindingen bezoek O'Chelle Eindhoven en 's-Hertogenbosch



## BIJLAGE

---

In deze bijlage is verdere specifieke informatie te vinden over de webshop van O'Chelle in het Verenigd koninkrijk.

### INHOUD

---

<b>Bijlage</b> .....	17
<b>1.0 Specifieke Eigenschappen Doelmarkt</b> .....	18
<b>2.0 Transport</b> .....	19
<b>3.0 Wijze van betalen</b> .....	19
<b>3.1 Pay pal</b> .....	19
<b>3.2 Visa &amp; mastercard</b> .....	19
<b>4.0 Juridische aspecten</b> .....	20
<b>4.1 BTW</b> .....	20
<b>4.2 Buitenlandse rekening</b> .....	20
<b>4.3 Wetten en regels</b> .....	20
<b>5.0 Software</b> .....	21
<b>5.1 Open source software</b> .....	21
<b>5.2 Kant en klare software</b> .....	22
<b>5.3 Maatwerk</b> .....	22
<b>6.0 KOSTEN ADVERTENTIES</b> .....	22
<b>6.1 Kosten Facebook</b> .....	22
<b>6.2 Kosten advertentie Hotmail</b> .....	22
<b>6.3 Kosten Google Adwords</b> .....	22

## 1.0 SPECIFIEKE EIGENSCHAPPEN DOELMARKT

Specifieke eigenschappen doelmarkt	
Land	Verenigd Koninkrijk
Potentiele doelgroep	19.228.938 vrouwen
Social Media	Facebook
Segment	Midden tot hoog segment
Kwaliteit	Wensen goede kwaliteit
Servicegraad	Hoog

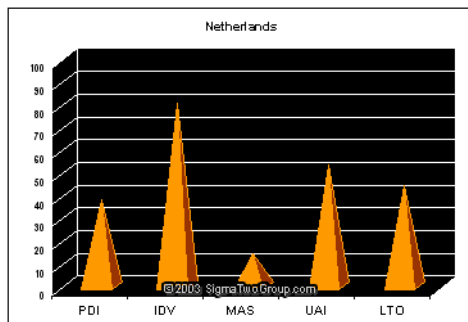
Bron: zie tekst Specifieke eigenschappen doelmarkt

**Tabel Doelgroep verschillen**

Geslacht	Huidige doelgroep Vrouwen	Nieuwe Doelgroep Vrouwen
Leeftijd	30 tot 50 jaar	18 tot 40 jaar
Taal	Nederlands	Engels
Inkomen(Bruto jaarinkomen))	€ 16200 (leeftijd 25 tot 40 jaar)	€ 6500 (leeftijd 24 jaar)
Werknemer/Student	Werknemer	Werknemer en Student
Gezin/Samenwonend/Alleen	Gezin/Samenwonend	Samenwonend/Alleen

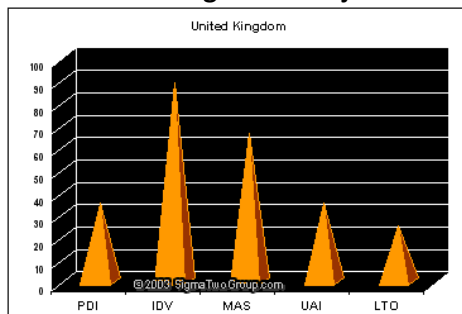
Bron: zie tekst doelgroep

### Hofstede Nederland



Bron: [http://www.geert-hofstede.com/hofstede\\_netherlands.shtml](http://www.geert-hofstede.com/hofstede_netherlands.shtml)

### Hofstede Verenigd Koninkrijk



Bron: [http://www.geert-hofstede.com/hofstede\\_united\\_kingdom.shtml](http://www.geert-hofstede.com/hofstede_united_kingdom.shtml)

## **2.0 TRANSPORT.**

---

Het transport zal geregeld gaan worden vanuit het centraal magazijn in Heesch. Hier worden alle pakketjes verzendklaar gemaakt. Het transport van de goederen naar het Verenigd Koninkrijk zal worden uitgevoerd door een externe partij. Voor het vervoer hebben wij gekozen voor UPS pakketdienst. De reden hiervoor is de continuïteit. UPS maakt namelijk gebruik van hun eigen vrachtwagens en vliegtuigen. Hierdoor wordt de wachttijd zeer beperkt en lopen allen processen goed in elkaar over. Het nadeel van deze manier van transporteren is wel dat de verzendkosten zeer hoog zijn. Het goedkoopste tarief is € 33,00 per colli. Om de kosten te beperken kan er een contract afgesloten worden. Bij het regelmatig verzenden van collies krijg je namelijk flinke kortingen wat flink scheelt in de kosten.

## **3.0 WIJZE VAN BETALEN.**

---

De betaling van de producten is zeer belangrijk en daarom is het van belang dat er gebruik gemaakt wordt van gerenommeerde partijen die ervaren zijn in betalingen verrichten en ontvangen. De partijen die gebruikt gaan worden zijn:

- PayPal
- Visa
- Mastercard

### **3.1 PAY PAL.**

---

Je betaalt bij PayPal doormiddel van je eigen e-mail adres. Het is mogelijk om je PayPal account te koppelen aan je bankrekening, waardoor een betaling automatisch afgeboekt wordt van je rekening. Je kunt ook een bepaald bedrag storten op je PayPal account waaruit je vervolgens je betalingen verricht.

### **3.2 VISA & MASTERCARD.**

---

Visa en Maestro zijn beide zeer bekend als creditcard maatschappij. Je betaalt hiermee altijd later, omdat Visa en Maestro je aankopen voor financieren. Later betaal je het bedrag + rente terug aan Visa of Maestro.

## 4.0 JURIDISCHE ASPECTEN

---

In deze bijlage zullen enkele juridische en wettelijke aspecten worden toegelicht die betrekking hebben op een webshop en verkoop naar het buitenland.

### 4.1 BTW.

---

Net als bij een gewone zaak dient een ondernemer zich in te schrijven bij de kamer van koophandel. Tevens dien je je aan te melden bij de belastingdienst. Dit voor de afdracht van BTW.

Dit bovenstaande is voor O-Chelle natuurlijk niet meer aan de orde maar wel zijn er een aantal zaken MBT de BTW die in de gaten gehouden moeten worden.

Zo kan tot een bedrag van 70.000 GBP gewoon de Nederlandse BTW in rekening gebracht worden.

Zit is een zogenaamd drempelbedrag. Dit bedrag verschilt overigens per land.

Als de omzet boven dit bedrag uitkomt, is het zaak om het jaar daarop over alle verkopen de Britse BTW in rekening te brengen en af te dragen. Deze komt neer op 17.5 %.

### 4.2 BUITENLANDSE REKENING .

---

Bij een webshop die zich specifiek richt op het verenigd koninkrijk is een eigen rekening in the UK natuurlijk een handige optie. Het wekt tevens ook meer vertrouwen als klanten een rekening nummer zien uit hun eigen land. Makkelijk is dit echter niet want banken vragen een hogere vergoeding voor hun service als je geen inwoner bent van Engeland.

Een contactpersoon in Engeland zou daarom handig zijn maar omdat we er van uit gaan dat die er op dit moment niet is word aangeraden om via een Nederlandse bank een rekening in Engeland te openen.

ABN Amro biedt deze service bijvoorbeeld maar ook hier zijn relatief hoge kosten aan verbonden.

### 4.3 WETTEN EN REGELS .

---

Als je zaken doet in Engeland ben je in principe gebonden aan de wetten van de Europese uni. Dit maakt het er niet makkelijker op maar veel wetten komen overeen met het Nederlandse recht. De belangrijkste wetten waar een webshop mee te maken heeft zijn.

#### WET VERKOOP OP AFSTAND

Deze wet beschermt consumenten bij het kopen op afstand en beschrijft een aantal zaken waaraan een ondernemer moet voldoen als hij via internet verkoopt.

De belangrijkste zaken waaraan voldoen moet worden zijn dat de consument op de hoogte gebracht moet worden van de volgende zaken.

- De prijs van het product.
- De belangrijkste kenmerken van het product.
- De manier van betalen.
- Hoe het product geleverd wordt.
- Eventuele bijkomende kosten.
- Waar klachten gemeld kunnen worden.

### **WET ELEKTRONISCHE HANDEL.**

Deze wet stelt dat bedrijven op hun website uitgebreide informatie moeten verschaffen. Hierbij moet gedacht worden aan; Eventuele bijkomende kosten.

- Uitgebreide adres gegevens.
- BTW nummer
- Inschrijvingsnummer KvK

Dit alles ook weer om de consument te beschermen.

### **WET BESCHERMING PERSOONSGEGEVENS**

Zoals de naam al doet vermoeden is deze wet in het leven geroepen om de persoonsgegevens van mensen te beschermen. |

In de praktijk wordt er echter vaak laks met deze gegevens omgegaan maar in wetten is vastgelegd dat persoonsgegevens niet zomaar aan derde mogen worden doorgespeeld.

Ook moeten organisaties laten weten wat ze met de persoonsgegevens doen en moeten ze als daarom gevraagd wordt inzage geven in de gegevens. Deze gegevens kunnen dus ook gecorrigeerd worden.

## **5.0 SOFTWARE**

---

In deze paragraaf zal dieper ingegaan worden op de mogelijkheden met betrekking tot de software van de Webshop. Zo zijn er enorm veel mogelijkheden en kunnen websites speciaal worden gemaakt of geleased. Of een combinatie daarvan maar eerst zal er stil gestaan moeten worden bij de eisen waaraan de software zal moeten voldoen en de voornaamste dingen waar rekening gehouden mee moet worden.

- Het budget.
- Welke functionaliteiten heb je nodig.
- Betaalmogelijkheden, en mogelijkheden tot betalen met buitenlandse valuta.
- Mogelijkheden tot koppeling met de financiële administratie.
- Koppelingen met het voorraad systeem.
- Mogelijkheden met Track & Trace.
- Vindbaarheid door zoekmachines.

Na het vaststellen van de bovenstaande zaken kan vervolgens een keuze gemaakt worden uit een van de vele mogelijkheden voor de software, de meest gangbare mogelijkheden;

### **5.1 OPEN SOURCE SOFTWARE.**

---

Open source software is software die gratis is te verkrijgen op internet. Het leent zich over het algemeen goed voor kleine Web winkeltjes en is natuurlijk goedkoop. Hier blijft het echter wel bij wat betreft de voordelen. Zo is het aanpassen van de website alleen weggelegd voor zeer deskundige professionals, is het erg moeilijk om een eigen design te maken en zijn de mogelijkheden met koppelingen naar de financiële administratie en voorraadssystemen er niet of maar beperkt.

Open source software leent zich dus niet voor professionele webshops.

## 5.2 KANT EN KLARE SOFTWARE.

---

Er zijn ook erg veel aanbieders van kant en klare software pakketten. Deze pakketten hebben vaak veel meer mogelijkheden en het aanpassen van de websites is vaak een stuk eenvoudiger. Dit is echter wel een dure aangelegenheid als dit door een professional moet gebeuren.

Soms is ook maatwerk mogelijk maar dit is niet altijd het geval. Een ander voordeel is dat de kosten wel van te voren bekend zijn. Het zou dus een optie zijn om voor de O'Chelle webshop voor een kant en klaar pakket te kiezen.

## 5.3 MAATWERK.

---

Bij maatwerk wordt de Webshop in zijn geheel speciaal voor een klant gemaakt door een bedrijf. Dit is erg duur maar wel de beste optie voor een professionele Webshop.

De webshop kan dus helemaal naar wens ingericht worden en verder zijn alle mogelijkheden mogelijk. Zoals koppelingen met het CRM systeem Enz.

## 6.0 KOSTEN ADVERTENTIES.

---

---

In deze bijlage zal toegelicht worden wat de kosten zijn van het plaatsen van advertenties.

### 6.1 KOSTEN FACEBOOK.

---

Zoals al vermeld is een Facebook pagina voor bedrijven gratis. Echter gaan er wel kosten zitten in het aanmaken van de pagina en het onderhouden van de pagina.

Een grotere kostenpost zijn de advertenties. Hiervoor is een aparte constructie bedacht die als volgt te werk gaat.

*Stap 1, selectie doelgroep*



In het bovenstaande plaatje is te zien dat de doelgroep geselecteerd kan worden. Er is gekozen voor vrouwen die in het Verenigd Koninkrijk wonen met de leeftijd tussen de 18 en 40 jaar. Verder hebben de vrouwen als interesse Boots UK, Parfumexpress en Parfumplaza. Dit zijn directe concurrenten van de O'Chelle Webshop. Direct te zien is dan dat er 32.280 mensen aan deze selectie criteria voldoen.

Vervolgens berekend facebook dat het € 1.23 kost als mensen op de advertentie klikken. Dit is een geschat bedrag en kan naar boven of naar beneden worden bijgesteld. Het systeem werkt namelijk zo dat bedrijven die meer betalen voor advertenties boven aan de advertentie balk komen. Verder is het ook mogelijk om een maximum bedrag in te stellen wat je wilt uitgeven aan advertenties.

Overzicht kosten

### **Facebook pagina**

Pagina zelf	gratis
Maken pagina	€ 60,-
Onderhoud	€ 20, - per week

Hierbij is ervanuit gegaan dat een werknemer marketing ongeveer € 20, - per uur kost. Het maken van de pagina kost dus ongeveer 3 uur en we schatten dat het ongeveer 1 uur per week kost om de Facebook pagina te onderhouden.

### **Facebook advertentie**

Zoals vermeldt bestaat de Facebook doelgroep uit ongeveer 32.280 mensen. Deze mensen krijgen dan ook de advertentie te zien maar het is onmogelijk om in te schatten hoeveel mensen er op de advertentie zullen klikken om naar de webshop te gaan. Dit hangt met name van de attractie waarde van de advertentie af en het is dan ook sterk aan te raden om te experimenteren met verschillende advertenties. Noot hierbij is dat er ook goed nagemeten moet worden hoeveel bezoekers van Facebook ook daadwerkelijk iets kopen. Een hoge klik ratio van de advertentie betekent namelijk niet meteen een hoge afzet.

Maar om toch een voorzichtige inschatting te maken denken we dat ongeveer 1% van de mensen die de advertentie zien ook daadwerkelijk naar de webshop gaan. Dit komt dus neer op 323 mensen. (gemiddeld bezoeken Facebook gebruikers hun pagina namelijk 1 keer per dag)

### **Kosten**

323 mensen \* € 1.43 = € 462, - euro per dag.

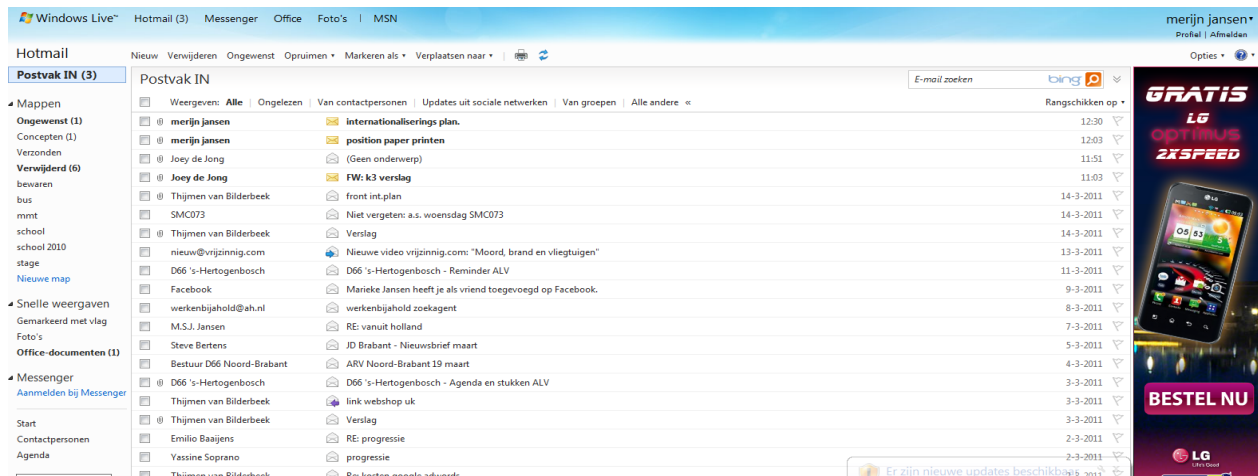
### **Opbrengst**

Als er 10% van de 323 bezoekers een aankoop doen is komt dat neer op  $323/100*10= 32$  aankopen per dag.

Er vanuit gaand dat producten in de webshop ongeveer € 30 euro kosten en er 32 aankopen per dag worden gedaan komt dat neer om een omzet van € 960 euro. Aangenomen wordt ook dat de marge op deze producten ongeveer 60% is, wat neer komt op een bruto winst van ongeveer € 576,-

In het bovenstaande geval is de webshop dus zeker rendabel te krijgen.

## 6.2 KOSTEN ADVERTENTIE HOTMAIL



*In het bovenstaande plaatje is duidelijk te zien dat de advertenties erg opvallen.*

Windows live Hotmail werkt met advertenties vrijwel hetzelfde als Facebook. Ook bij Hotmail zijn er uitgebreide mogelijkheden om de doelgroep te selecteren.

Alleen moet er bij Hotmail betaald worden voor het aantal getoonde advertenties en betaal je bij Facebook voor het aantal keren dat er op de advertentie geklikt wordt.

Kosten zijn;

€ 2,- per 1000 getoonde advertenties. Hierbij gaan we er van uit dat de doelgroep op Hotmail ook uit ongeveer 32.000 mensen bestaat die ongeveer 1 keer per dag hun mail bekijken.

De kosten komen dan neer op;

$32.000 / 1000 = 32 * € 2,- = € 64,-$  per dag aan advertentie kosten.

Verder schatten we in we dat ongeveer 7 % van de mensen die de advertentie zien ook daadwerkelijk naar de webshop gaan.<sup>1</sup>  $3200 / 100 * 7 = 224$

Als ook weer 10 % van die klanten een aankoop doet komt dat neer op 22,4 aankopen per dag.

Er vanuit gaand dat producten in de webshop ongeveer € 30 euro kosten en er 22,4 aankopen per dag worden gedaan komt dat neer om een omzet van € 672 euro.

Aangenomen wordt ook dat de marge op deze producten ongeveer 60% is, wat neer komt op een bruto winst van ongeveer € 403,-

Ook in dit geval is er dus sprake van een rendabele advertentie campagne.

<sup>1</sup> Bron: <http://advertising.microsoft.com/nederland/hotmail-campagne-otto>



## 6.3 KOSTEN GOOGLE ADWORDS

The screenshot shows a Google search for 'webshop'. The search bar contains 'webshop' and the search button says 'Zoeken'. Below the search bar, it indicates 'Ongeveer 78.300.000 resultaten (0,10 seconden)' and a link to 'Geavanceerd zoeken'. The results are divided into organic and advertisement sections. The organic results include 'Je Eigen Webshop?', 'Webshop Beginnen?', and 'Webshop software - Software voor nieuwe webshop vanaf € 4,- p/mnd.'. The advertisement section on the right contains several ads for 'Webshop' software, including one from 'www.easyaddin.nl/webshop' and another from 'www.strato.nl/webshop'.

Zoals vermeld zijn Google Adwords de kleine advertenties die rechts in de zoekmachine Google te zien zijn. Ook bij google betaal je pas als er mensen op de advertentie klikken. Dit kost ongeveer € 0.28.

Wel is het niet mogelijk om te selecteren aan wie de advertentie getoond wordt. Google Adwords werkt in plaats daarvan met zoekwoorden.

Zo kan er bijvoorbeeld ingesteld worden dat mensen de advertentie zien als ze zoeken op het woord "webshop". Wat er vervolgens gebeurd is dat gebruikers de links te zien krijgen van bedrijven die dit woord als zoekterm hebben. (Bedrijven die het meeste betalen komen overigens boven aan te staan). Met deze zoektermen dient dus geëxperimenteerd te worden.

Verder is het instellen van een maximum bedrag absoluut noodzakelijk ! Dit is het bedrag wat er maximaal per dag uitgegeven wordt aan de Adwords. 90% van de internet gebruikers start namelijk met Google en het aantal keren dat er op de advertentie geklikt wordt kan dus erg snel oplopen. Dit is natuurlijk niet erg zolang bezoekers van de webshop ook een aankoop doen maar dit percentage mensen zal bij Adwords veel lager liggen. Dit omdat de mensen alleen een link zien in plaats van een echte advertentie.

Gezien de bovenstaande gegevens is het dus onmogelijk een zinvolle inschatting te maken van de verdere opbrengsten van Google Adwords. Hier dient namelijk veel mee geëxperimenteerd te worden.