



Agenda

Internationaal zakendoen tijdens een pandemie

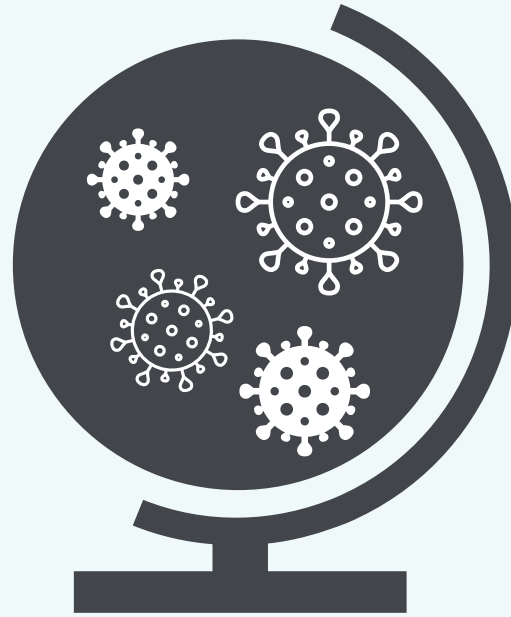
- Trends & Ontwikkelingen
- Verwachting 2021
- Waar liggen de kansen

Onderzoek

- Marktonderzoek
- Zoektrends
- Concurrentieanalyse & Benchmark

Marketing

- Doelgroep
- Lokale advertising
- Branding
- Seasonality



Internationaal zakendoen tijdens een
pandemie

Trends & Ontwikkelingen



Trends & Ontwikkelingen

1. Koopgedrag
2. Specifieke Productcategorieën



Trends & Ontwikkelingen

Koopgedrag

Er wordt steeds meer online gekocht

62% van de consumenten koopt nu meer online dan vòòr de pandemie



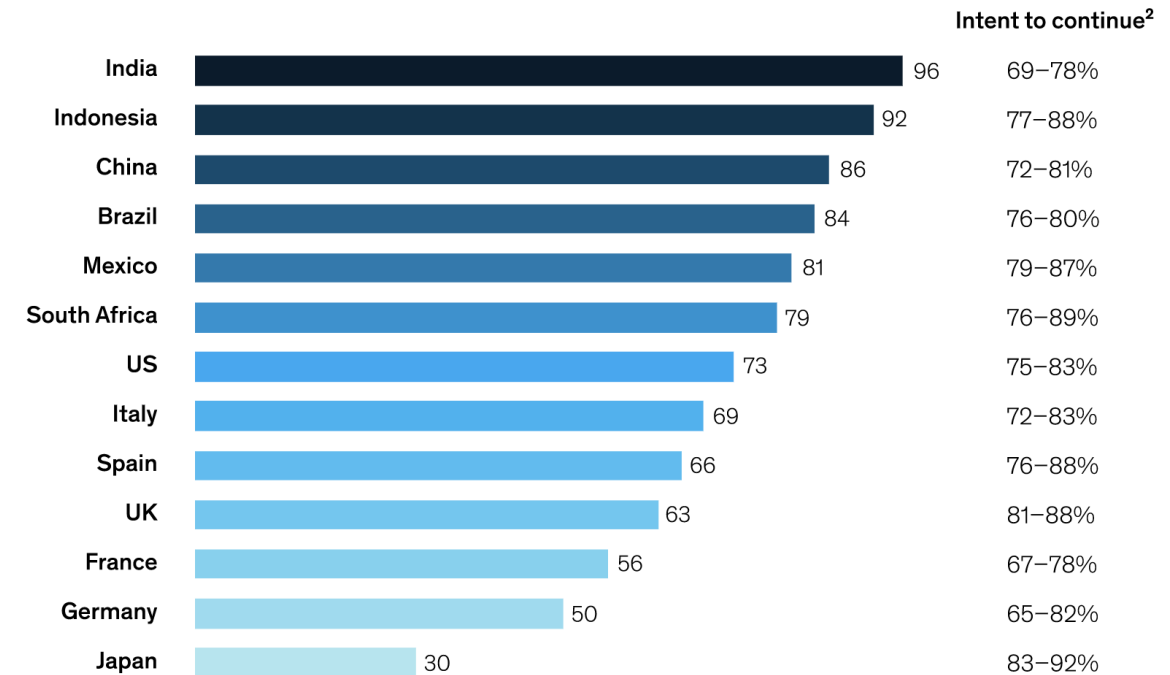


Trends & Ontwikkelingen

Koopgedrag

- Grote aankopen worden uitgesteld
- Er wordt meer in bulk gekocht
- Merkloyaliteit werd minder belangrijk
 - Prijs & kwaliteit
 - Gemak & beschikbaarheid
 - Lokale ondernemingen helpen
 - Brand purpose

Customers who have tried new shopping behaviors since COVID-19¹
% of respondents

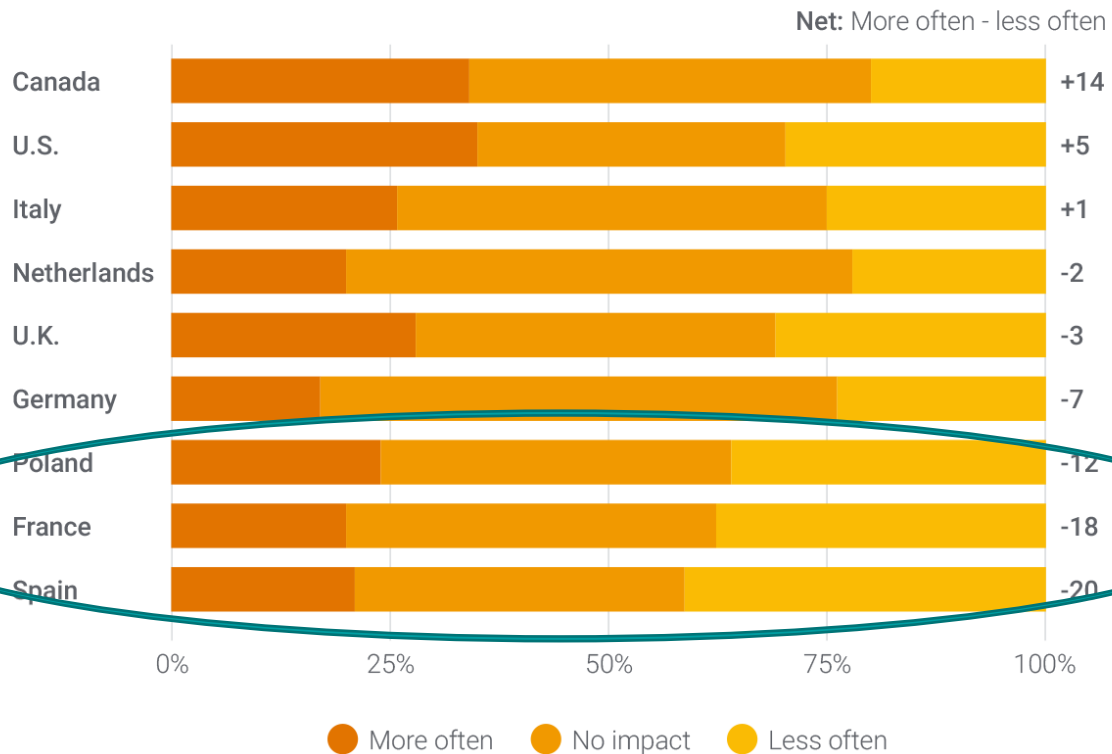




Trends & Ontwikkelingen

Internationale Koopgedrag

Change in frequency of online cross-border shopping during the pandemic



Trend

Polen, Frankrijk en Spanje hebben wel een daling gezien in het internationale koopgedrag van consumenten (3/9)



Trends & Ontwikkelingen

Internationale Koopgedrag

Verklaring

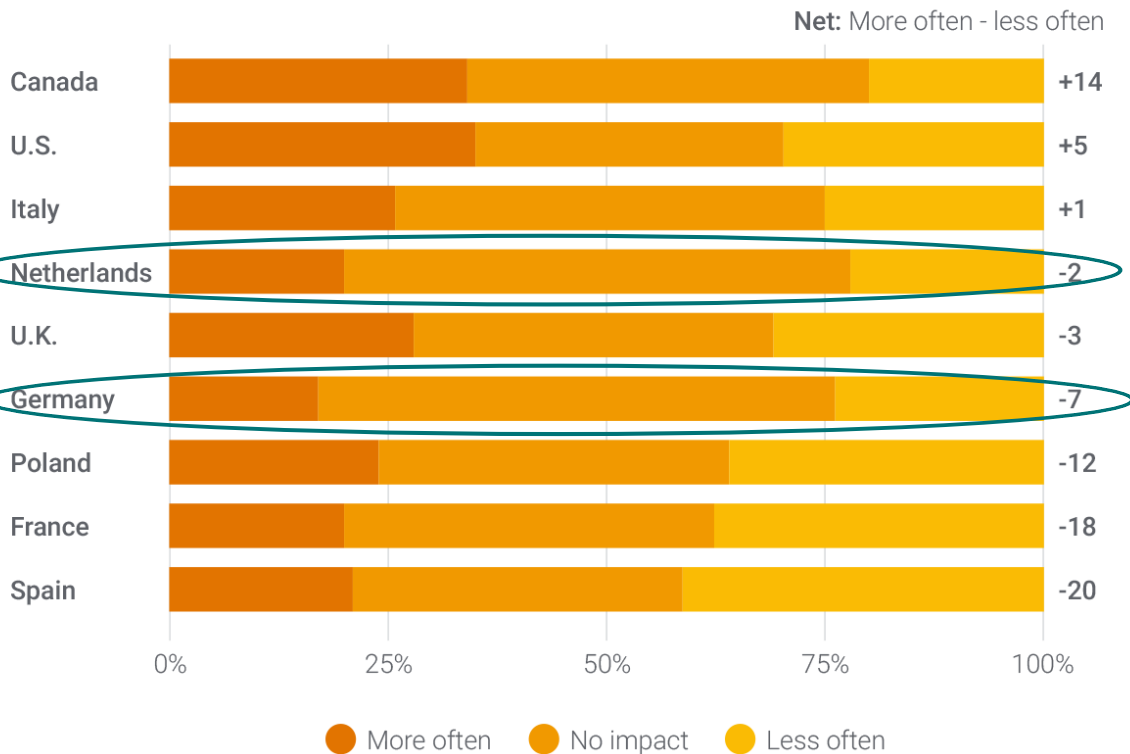
- Een (te) lange bezorgtijd
- Het steunen van lokale ondernemingen
- Verslechterde financiële situatie van consumenten



Trends & Ontwikkelingen

Internationale Koopgedrag

Change in frequency of online cross-border shopping during the pandemic



Trend

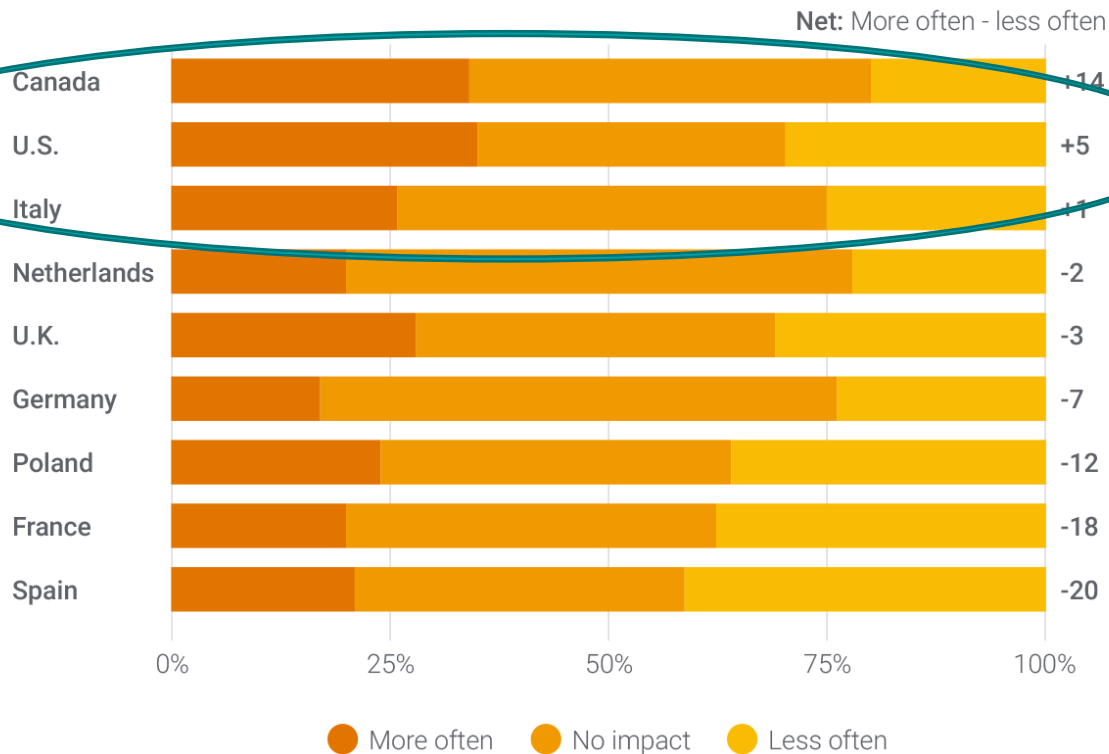
De pandemie heeft gemiddeld gezien het minste impact gehad op het internationale koopgedrag van Nederlanders en Duitsers



Trends & Ontwikkelingen

Internationale Koopgedrag

Change in frequency of online cross-border shopping during the pandemic



Trend

In Italie, USA en Canada is er zelfs een stijging geweest in het internationale koopgedrag van de consument.



Trends & Ontwikkelingen

Internationale Koopgedrag

Verklaring

- Winkels niet of beperkt open
- Meer tijd om online te browsen en te shoppen, omdat een grotendeel thuis zit

Trends & Ontwikkelingen

Productcategorieën

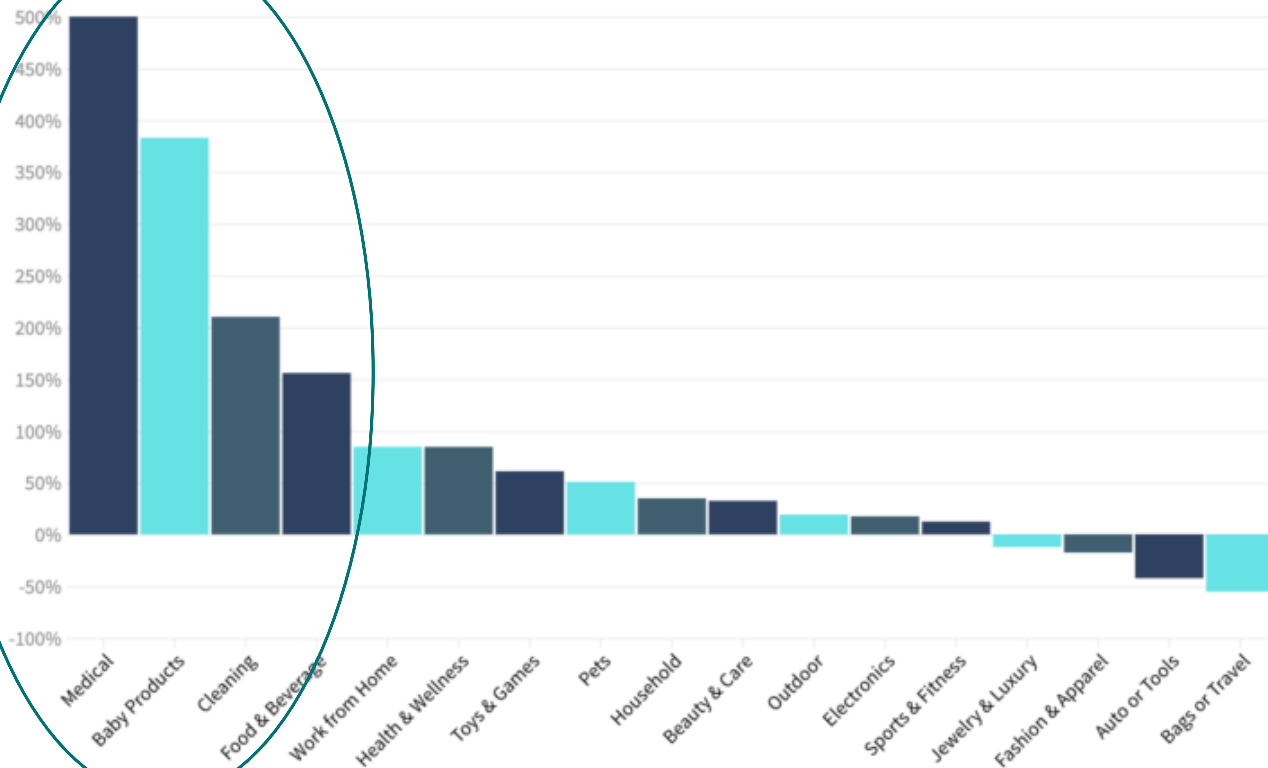


Trends & Ontwikkelingen

Populaire Categorieën

Ecommerce Consumer Sales (COVID-19) +28.48%

Aggregated via ShipBob, ShipHero, Attentive, Stackline, CTC, Klaviyo & Adobe



Er worden meer etenswaren, schoonmaakproducten en persoonlijke verzorgingsproducten online gekocht

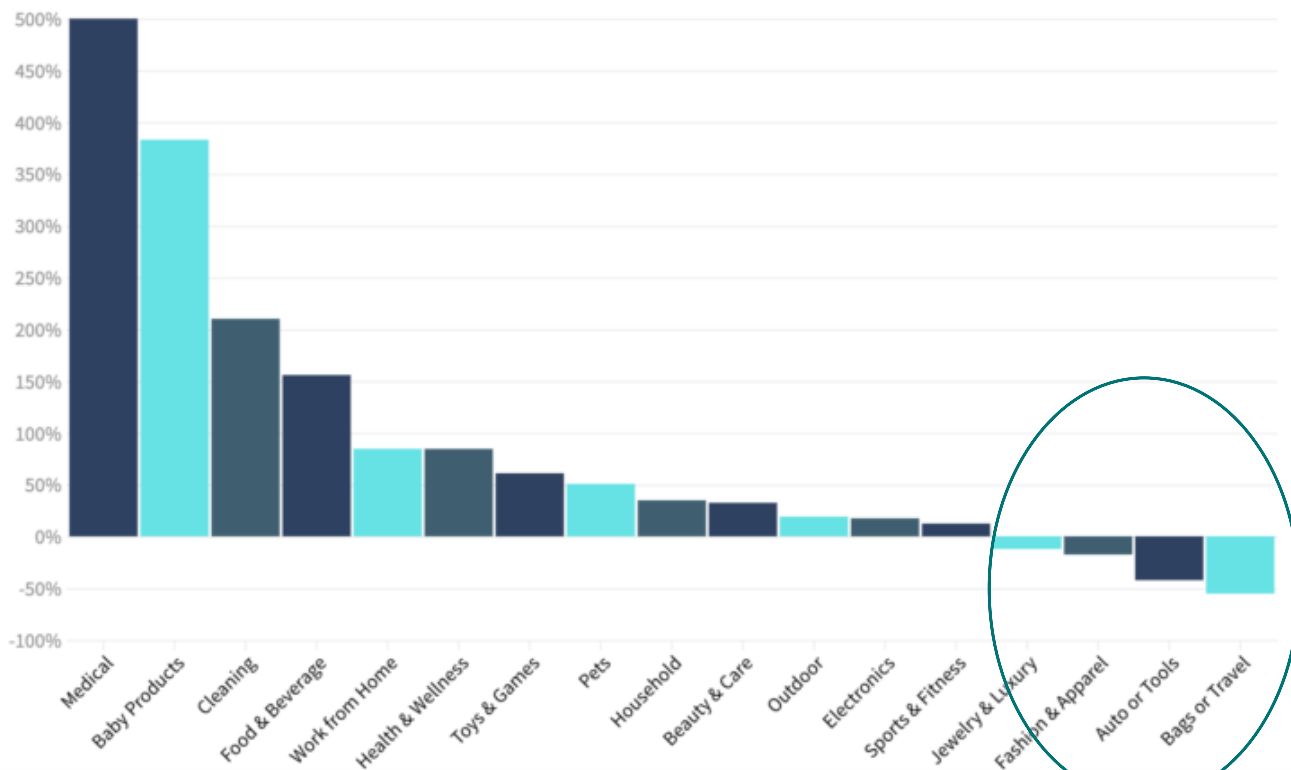


Trends & Ontwikkelingen

Populaire Categorieën

Ecommerce Consumer Sales (COVID-19) +28.48%

Aggregated via ShipBob, ShipHero, Attentive, Stackline, CTC, Klaviyo & Adobe



Covid-19 heeft een negatief impact gehad op de categorieën kleding, sieraden, auto's en reizen.

Verwachting 2021



Verwachting 2021

Blijft het online koopgedrag van nu zich aanhouden in 2021?

JA!

28% van de consumenten zegt dat ze merendeels online zullen blijven shoppen na de pandemie

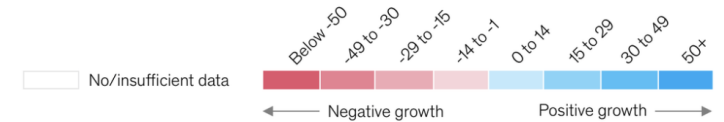


Verwachting 2021



More people expect to make a portion of their purchases online post-COVID-19 than before.

Customers purchasing category online^{1,2,3}
% growth⁴



Sept 2020

Waar liggen de kansen?



Waar liggen de kansen?

Scenario's

Verkoop je producten die vallen onder de populaire categorieën?

1. Zorg ervoor dat deze producten geprioriteerd worden in advertenties, op voorraad zijn, en goed zichtbaar zijn op de website
2. Probeer verzendmogelijkheden te optimaliseren



Waar liggen de kansen?

Scenario's

Verkoop je producten die vallen onder 'grote aankopen' of de minder populaire categorieën?

1. Tijdelijke kortingsacties
2. Flexibele betalingsmogelijkheden



Waar liggen de kansen?

Scenario's

Wat te doen tegen de meest voorkomende redenen om niet (internationaal) online te kopen?

- Een (te) lange bezorgtijd
 - Het steunen van lokale ondernemingen
 - Verslechterde financiële situatie van consumenten
1. Producten verkopen via prospecting en affiliatie advertising
 2. Prijs promoties
 3. Kijken of er mogelijkheden zijn voor snellere levering



Waar liggen de kansen?

Scenario's

Hoe zorg je voor een positieve 'brand purpose' tijdens een pandemie?

Evalueer jouw marketingmateriaal

- Bekijk de taal en toon van je advertenties
- Zijn je afbeeldingen en videomateriaal nog steeds van toepassing?
- Speel in op de emoties van de consument





Onderzoek

Marktonderzoek



Op basis van zoek trends en
marktdata wordt ingeschat
welke markten aantrekkelijk
zijn voor jouw bedrijf

Google Market Finder

Take your business to new markets

Try our free tool to identify new potential markets, discover helpful operational information and start selling to customers at home and around the world.

 Website

 App

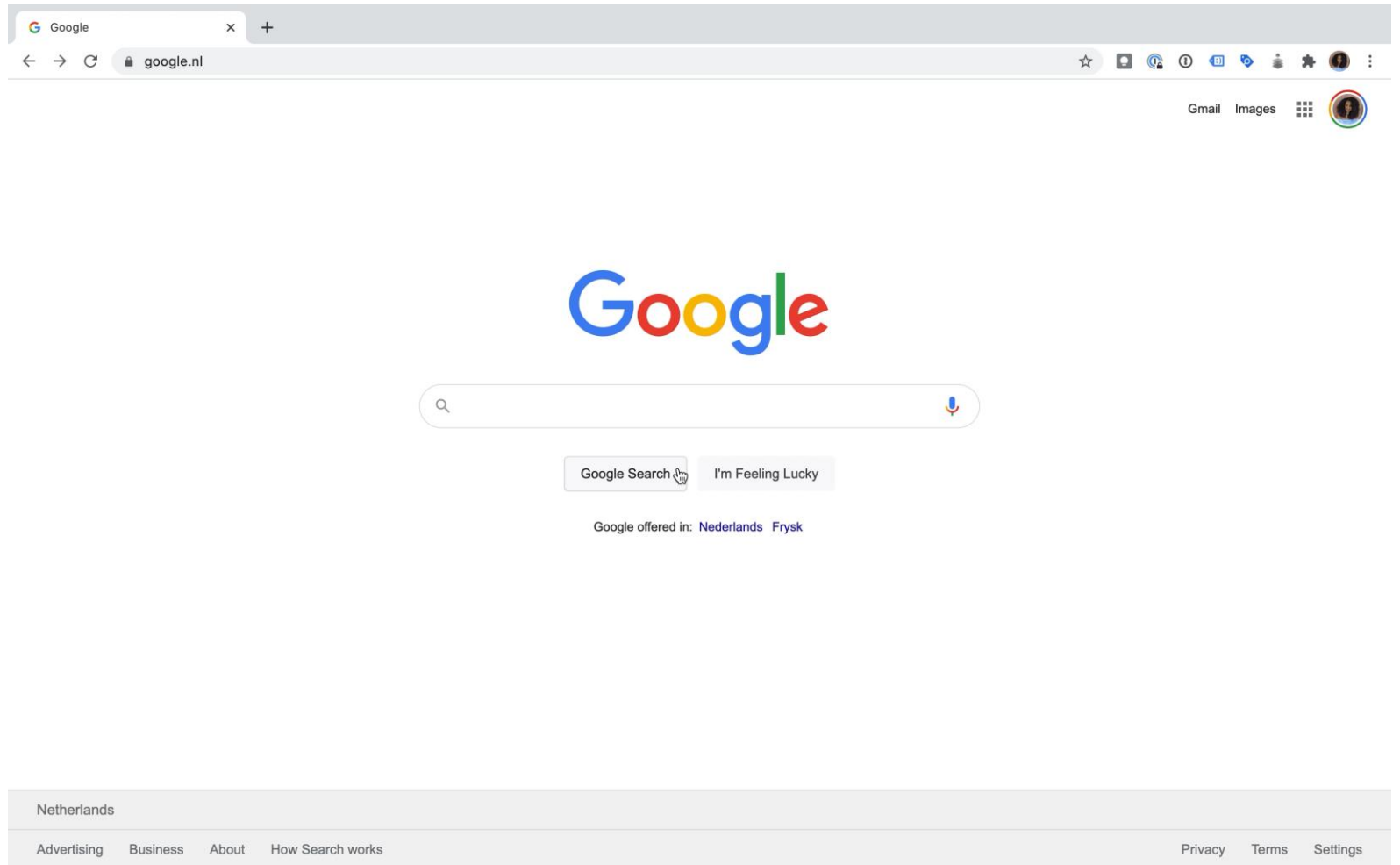
Enter your URL

Continue

Already have an account? [Sign in](#)



Stap 1



Stap 2

Think with Google

Market Finder [Sign out](#)

[Skip](#) [Confirm](#)

Select your potential markets

Choose up to 3 markets you'd like to explore and get in-depth insights to help you find relevant opportunities.

Filter Markets

How we calculate suggested markets ⓘ	Monthly searches across categories ⓘ	Google Ads competitiveness ⓘ	Household net disposable income ⓘ	Ease of doing business index (rank) ⓘ	
1 United States	78m	Very high	\$50.3k	# 6	Select
2 Germany	40m	Medium	\$39.4k	# 22	Select

Stap 3

The screenshot displays the 'Market Finder' interface on a web browser. The page title is 'Explore global market insights'. The main heading is 'Explore global market insights' with the subtitle 'Compare insights between markets to find relevant opportunities for your business.' The interface is divided into a left sidebar and a main content area. The sidebar includes 'Your markets' (with 'EXISTING MARKETS' and 'POTENTIAL MARKETS' sections) and 'Your business'. The main content area has a navigation bar with 'Overview', 'Country profile', 'Economic profile', 'Online profile', 'Purchase behaviour', and 'Logistics'. The 'Overview' section is active, showing a bar chart titled 'Monthly searches across categories' with the note 'UPDATED EVERY 35 DAYS'. The chart compares search volumes for the Netherlands (~20m), Germany (~40m), France (~40m), and the United Kingdom.

Country	Monthly searches (approx.)
Netherlands	~20m
Germany	~40m
France	~40m
United Kingdom	~30m



Stap 4

Op welke landen wil je focussen?



Zoek trends

Google Trends

Google Trends Nederland

Ontdek waar de wereld naar op zoek is

Een zoekterm of een onderwerp invoeren

Of ga aan de slag met een voorbeeld VERBERGEN

- Taylor Swift ● Kim Kardashian
- Wereldkampioenschap voetbal
- Voetbal ● American football

Interesse per subregio, Afgelopen 7 dagen, Verenigde Staten

Interesse per regio, Afgelopen 7 dagen, Wereldwijd

Interesse per subregio, 2004 - heden, Verenigde Staten



Stap 1

- Verzamel een lijst met de belangrijkste zoektermen
- Heb je al een actieve Google Ads of Microsoft Ads account? Bekijk dan wat de best presterende zoektermen zijn op de zoekmachines
- Vertaal deze zoektermen naar de relevante talen



Ga naar trends.google.com en tik daar de zoektermen in

Stap 2

GoogleTrends Verenigde Staten

Ontdek waar de wereld naar op zoek is

laptop kaufen

laptop kaufen
Zoekterm

Of ga aan de slag met een voorbeeld

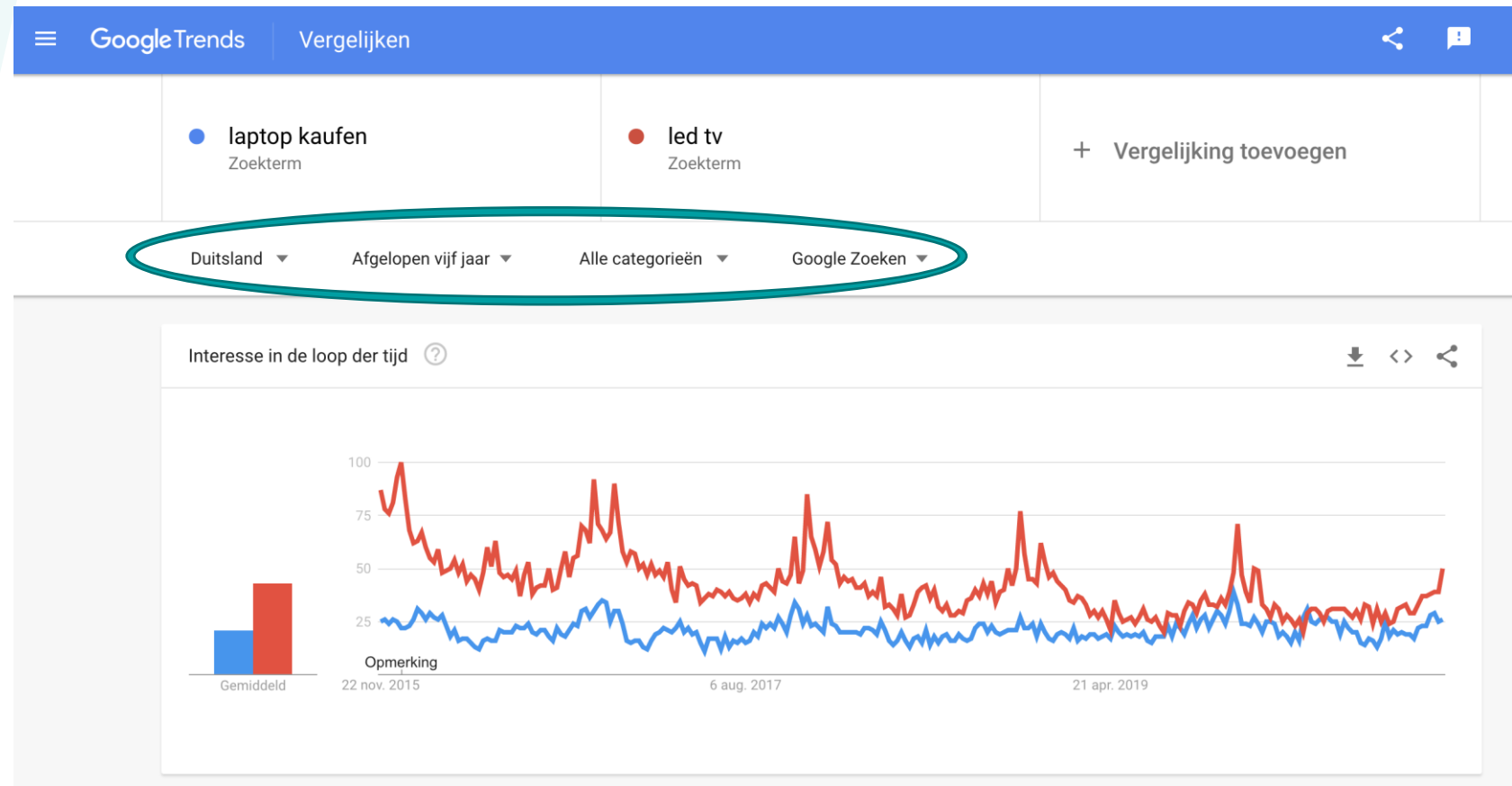
Nieuwste artikelen en inzichten
Ontdek hoe Google-gegevens kunnen worden gebruikt om artikelen te maken.

AANBEVOLEN
Coronavirus Search Trends
COVID-19 has now spread to a number of countries. This is how the



Zorg dat de filters goed ingevuld zijn

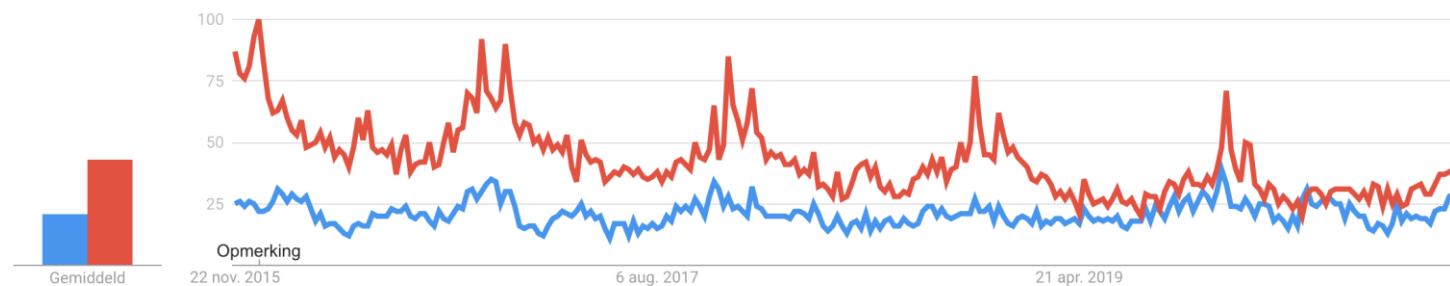
Stap 3



Stap 4

Bekijk de resultaten

Interesse in de loop der tijd ?



Overzicht vergeleken per subregio

Subregio ▼

● laptop kaufen ● led tv

Sorteren: Interesse voor laptop kaufen ▼



1	Saksen-Anhalt	
2	Mecklenburg-Voor-Pommeren	
3	Saksen	
4	Baden-Württemberg	
5	Brandenburg	

De kleurintensiteit geeft het percentage zoekopdrachten aan [MEER INFORMATIE](#)



Stap 5

- Stap 2 t/m 4 doe je voor elk land apart uitvoeren
- Je krijgt dan een totaal overzicht van:
 - Hoe vaak de zoektermen per land gebruikt worden en dus of er vraag is naar jouw product of dienst
 - In welke regio het vaakst gezocht wordt
 - Of er een seizoenafhankelijkheid is
 - Of er gerelateerde zoektermen nu hard groeien



Google Analytics

- Een tool waarmee je gratis data en analyses kan inzien over het jouw website bezoekers. Er wordt onder andere gekeken naar het gedrag op de website en hoe de bezoeker er terecht is gekomen.
- Heb je een account? Dan kan je inzien of er verkeer vanuit het buitenland op de website is gekomen en wat de kwaliteit daarvan is

Google Analytics

Search reports and help

Primary Dimension: **Country** City Continent Sub Continent

Secondary dimension

Reports

- REAL-TIME
- AUDIENCE**
- Overview
- Active Users
- Lifetime Value **BETA**
- Cohort Analysis **BETA**
- Audiences **NEW**
- User Explorer
- Demographics
- Interests
- Geo**
- Language
- Location**
- Behavior

Country	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	3 Pages per Session (Goal 1 Conversion Rate)	3 Pages per Session (Goal 1 Completions)	3 Pages per Session (Goal 1 Value)
	177,882 % of Total: 100.00% (177,882)	143,129 % of Total: 100.05% (143,052)	238,101 % of Total: 100.00% (238,101)	73.61% Avg for View: 73.61% (0.00%)	1.25 Avg for View: 1.25 (0.00%)	00:01:38 Avg for View: 00:01:38 (0.00%)	2.65% Avg for View: 2.65% (0.00%)	6,321 % of Total: 100.00% (6,321)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. United States	63,610 (35.88%)	53,021 (37.04%)	81,559 (34.25%)	76.81%	1.21	00:01:18	2.08%	1,694 (26.80%)	\$0.00 (0.00%)
2. India	22,806 (12.86%)	18,018 (12.59%)	33,740 (14.17%)	65.27%	1.40	00:02:28	4.56%	1,539 (24.35%)	\$0.00 (0.00%)
3. United Kingdom	14,054 (7.93%)	10,721 (7.49%)	19,146 (8.04%)	74.94%	1.24	00:01:29	2.40%	459 (7.26%)	\$0.00 (0.00%)
4. Canada	7,155 (4.04%)	5,782 (4.04%)	9,148 (3.84%)	74.72%	1.22	00:01:28	2.10%	192 (3.04%)	\$0.00 (0.00%)
5. Australia	5,231 (2.95%)	4,219 (2.95%)	6,885 (2.89%)	73.91%	1.21	00:01:37	2.25%	155 (2.45%)	\$0.00 (0.00%)
6. Germany	3,520 (1.99%)	2,672 (1.87%)	4,967 (2.09%)	72.94%	1.27	00:01:35	3.30%	164 (2.59%)	\$0.00 (0.00%)
7. Italy	3,420 (1.93%)	2,700 (1.89%)	4,459 (1.87%)	76.99%	1.19	00:01:24	1.88%	84 (1.33%)	\$0.00 (0.00%)
8. Philippines	2,899 (1.64%)	2,443 (1.71%)	3,869 (1.62%)	72.73%	1.27	00:02:02	3.08%	119 (1.88%)	\$0.00 (0.00%)

Concurrentieanalyse/Benchmark



Maak een top 5-10 van concurrenten

Stap 1

1. Google.nl/advanced_search

- Gebruik vertaalde relevante zoektermen
- Zorg dat je zoekt op de juiste regio
- Bekijk de resultaten:
 - Welke concurrenten staan bovenaan?
 - Welke concurrenten doen aan betaald adverteren

Advanced Search

Find pages with...	To do this in the search box.
all these words:	<input type="text"/> Type the important words: tri-colour rat terrier
this exact word or phrase:	<input type="text"/> Put exact words in quotes: "rat terrier"
any of these words:	<input type="text"/> Type OR between all the words you want: miniature OR standard
none of these words:	<input type="text"/> Put a minus sign just before words that you don't want: -rodent, -"Jack Russell"
numbers ranging from:	<input type="text"/> to <input type="text"/> Put two full stops between the numbers and add a unit of measurement: 10..35 kg, £300..£500, 2010..2011

Then narrow your results by...

language:	<input type="text" value="any language"/>	Find pages in the language that you select.
region:	<input type="text" value="any region"/>	Find pages published in a particular region.
last update:	<input type="text" value="anytime"/>	Find pages updated within the time that you specify.
site or domain:	<input type="text"/>	Search one site (like wikipedia.org) or limit your results to a domain like .edu, .org or .gov
terms appearing:	<input type="text" value="anywhere in the page"/>	Search for terms in the whole page, page title or web address, or links to the page you're looking for.
SafeSearch:	<input type="text" value="Show explicit results"/>	Tell SafeSearch whether to filter sexually explicit content.
file type:	<input type="text" value="any format"/>	Find pages in the format that you prefer.



Maak een top 5-10 van concurrenten

Stap 1

2. Gebruik Tools

Bijvoorbeeld: SEMRush

Bekijk hoe andere bedrijven presteren op de belangrijke zoektermen

The screenshot displays the SEMRush dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with links for Features, Pricing, Help, News, Academy, Community, Company, and Marketplace. Below this is a search bar with the text 'Input domain, keyword or...' and a 'Search' button. The main content area is titled 'Dashboard' and includes a prompt to 'Add domains and monitor their performance' with an 'Add domain' button. The dashboard is divided into several sections:

- Position Tracking:** A table showing visibility and update status for various projects.
- Site Audit:** A table showing health scores and update dates for different projects.
- On Page SEO Checker:** A table listing ideas and descriptions for various projects.
- Social Media Tracker:** A table showing social media metrics for different projects.
- Brand Monitoring:** A section for tracking brand mentions.

Project Name	Visibility	Update
Vegetarian Cooking	56.95%	-5.47% 21h
Peppes	18.40%	+1.57% 23h
Multiple languages	14.77%	-2.05% 22h
Burton	77.26%	+0.71% 23h
ebay	55.83%	+1.00% 21h
Local SEO Project	18.21%	-1.28% 23h
Water Sports Tracking	18.07%	+0.57% 23h
WikiHow SEO	6.65%	-0.70% 18h
Connecting Google to SEMrush	1.29%	-0.63% 20h
ebay.com	100.00%	0.00% 22h
Zip Code Tracking	96.72%	0.00% 19h
Home Depot	58.00%	+0.29% 21h
SEMrush Knowledge Base	27.47%	+0.34% 19h
SwimmingPool.com	10.44%	0.00% 22h

Project Name	Health	Update
Home Depot	47%	+5% 4d
WikiHow SEO	76%	0% 4d
Mobile audit	78%	0% 6d

Project Name	Ideas	Description
Home Depot	767	For 132 pages
WikiHow SEO	739	For 121 pages
SEMrush Knowledge Base	296	For 45 pages
Burton	263	For 40 pages
ebay	243	For 45 pages
Mobile audit	166	For 25 pages
SwimmingPool	159	For 28 pages
Connecting Google to SEMrush	122	For 19 pages
Bluett Bros	119	For 16 pages
Guitar pedals	114	For 16 pages

Project Name	f	t	+
SEMrush Knowledge Base	147.5k	104.4k	—
Bluett Bros	927	74	—
Home Depot	5.0m	388.8k	—
Radio Stations	87.4k	35.5k	—
News	16.9m	44.2m	—

Analyseer de content & SEO van concurrenten

Stap 2

- Website
- Keyword Ranking
- Blog topics/frequentie
- Gastblogs
- Casestudies
- YouTube kanaal
- Interactie met klanten online

Analyseer de social media engagement

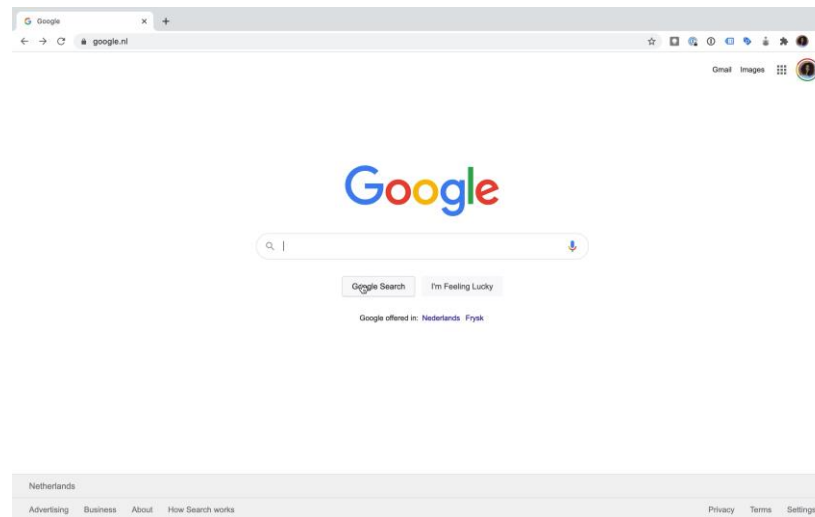
Stap 3

- Actieve social media kanalen
- Interactie op social media kanalen
- Bereik (likes, shares en volgers)

Stap 4

Analyseer de overige marketingactiviteiten van de concurrenten

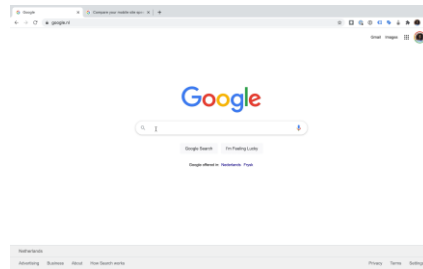
- Google Ads
- Bing Ads
- Social media kanalen
 - Facebook



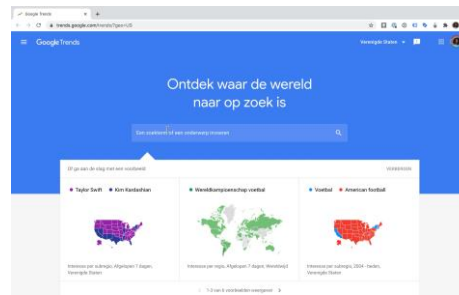
Benchmarkanalyse

Stap 5

- Vergelijk de prijzen
- Vergelijk aanbod
- Vergelijk service (levertijd, retourbeleid etc.)
- Vergelijk de website
- Vergelijk website mobiele snelheid



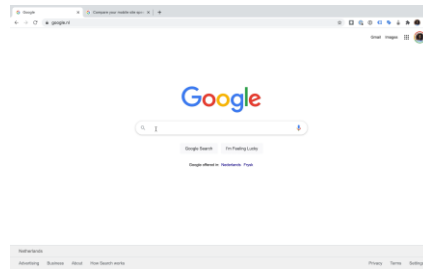
- Vergelijk branding



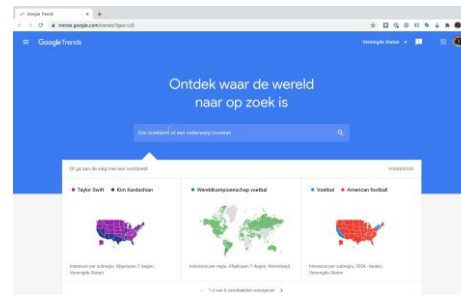
Benchmarkanalyse

Stap 5

- Vergelijk de prijzen
- Vergelijk aanbod
- Vergelijk service (levertijd, retourbeleid etc.)
- Vergelijk de website
- Vergelijk website mobiele snelheid



- Vergelijk branding



Identificeer processen die je zelf kunt verbeteren met een SWOT analyse

Stap 7

S Strengths	W Weaknesses	O Opportunities	T Threats
<ul style="list-style-type: none">• Dingen die jouw bedrijf goed doet• USP, iets dat jou doet onderscheiden• Interne resources, bijvoorbeeld een specifieke vaardigheid• Tastbare middelen	<ul style="list-style-type: none">• Dingen waar jouw bedrijf nog in kan groeien• Dingen waar de concurrent beter in is• Resources die je te kort komt• Onduidelijke USP's	<ul style="list-style-type: none">• Markten met veel vraag maar weinig aanbod• Weinig concurrenten• Toenemende vraag naar jouw product of dienst• Media aandacht voor jouw product, bedrijf of dienst	<ul style="list-style-type: none">• Toenemende aantal concurrenten• Regelgeving dat verandert• Negatief in het media staan

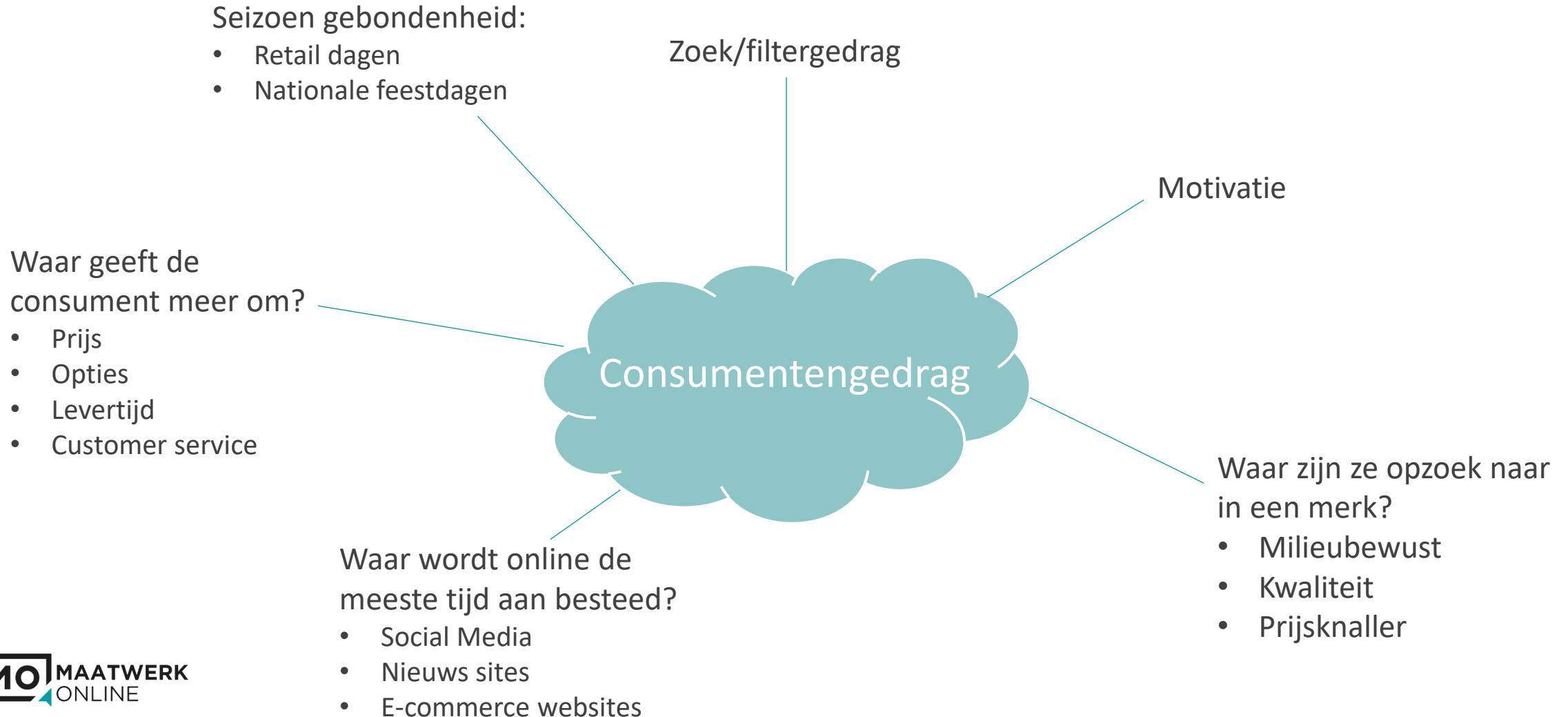


Marketing

Doelgroep



Doelgroep vergelijken

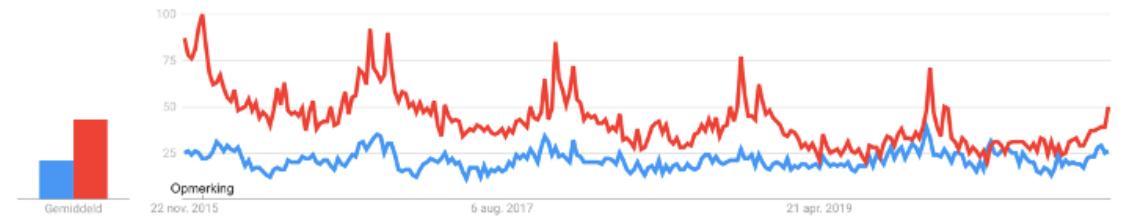




Seizoensgebondenheid

1. Blue Monday
2. Valentine's Day
3. Easter Sunday
4. Easter Monday
5. May day
6. International Workers' Day
7. Mothers Day
8. Father's Day
9. Halloween
10. Singles Day
11. Thanksgiving
12. Black Friday
13. Cyber Monday
14. Sinterklaas/Saint Nicholas Day
15. Christmas Day
16. Independence Day/Liberation Day

Interesse in de loop der tijd ?



Lokale advertising



Vertaal de website en gebruik lokale valuta



van de consumenten geeft aan eerder een aankoop te doen op een website dat geschreven is in hun eigen taal.

Languages spoken

LAST UPDATED IN 2020

Languages spoken, in order of popularity. This list can be useful for determining localisation requirements.

Netherlands

Dutch, NL	98.66%
English, EN	87.05%
German, DE	69.64%
French, FR	29.02%

Germany

German, DE	87.98%
English, EN	61.47%
Bavarian, BAR	16.87%
French, FR	16.87%

France

French, FR	100%
English, EN	40.11%
Spanish, ES	13.58%
German, DE	5.24%

United Kingdom

English, EN	95.71%
French, FR	17.95%
German, DE	5.83%
Scots, SCO	2.69%



Lokaliseer je SEO strategie

On-page SEO

Optimaliseren van je pagina zodat zoekmachines makkelijker je geo-locatie kan vaststellen en beoordelen op relevantie:

- Urls
- Meta titels
- Titel tags
- Headings
- Afbeeldingen namen
- Navigatie labels
- Adres details
- Interne links



Lokaliseer je SEO strategie

On-page SEO: URL's

- Subdirectory gebruiken na je top-level domein
 - domein.com → domein.com/german/ of domein.com/de
- Subdomain gebruiken voor je top-level domein
 - domein.com → de.domein.com
- Een country code top-level domein
 - domein.com → domein.de



Lokaliseer je SEO strategie

Off-page SEO

Authoriteit van je website verhogen met linkbuilding:

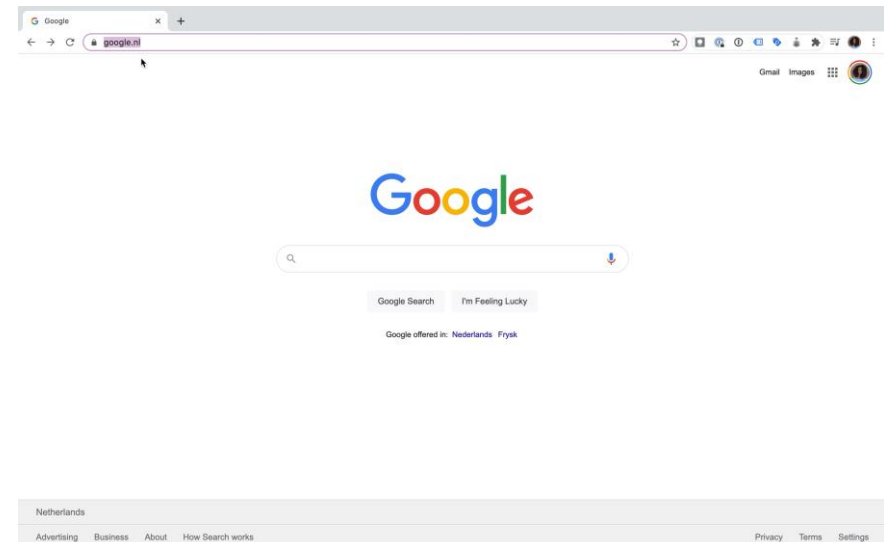
- Relevante lokale content
- Social Media Marketing – stimuleer het delen van berichten
- Echte reviews op websites van derden
- Afbeeldingen en video's delen met andere sites
- Documenten delen met andere websites



Lokaliseer je SEO strategie

Overig

- Content aanpassingen
- Product aanpassingen
- Betalingsmethode aanpassen
- Productnaam aanpassingen
- (Long-tail) Zoektermen gebruik
- Visuele beelden aanpassen



Branding



Search Engine Advertising (SEA)

1. Zorg dat je eerst:

- Een goed vertaalde landingspagina hebt
- Je belangrijkste zoektermen gevonden en vertaald hebt
- Advertentie teksten vertaald hebt

2. Bedenk welk doel je wilt bereiken:

- Meer producten verkopen? → Search en Shopping campagnes
- Klantenloyaliteit opbouwen? → Remarketing Campagnes
- Bereik genereren en brand awareness verhogen? → YouTube en Display Campagnes



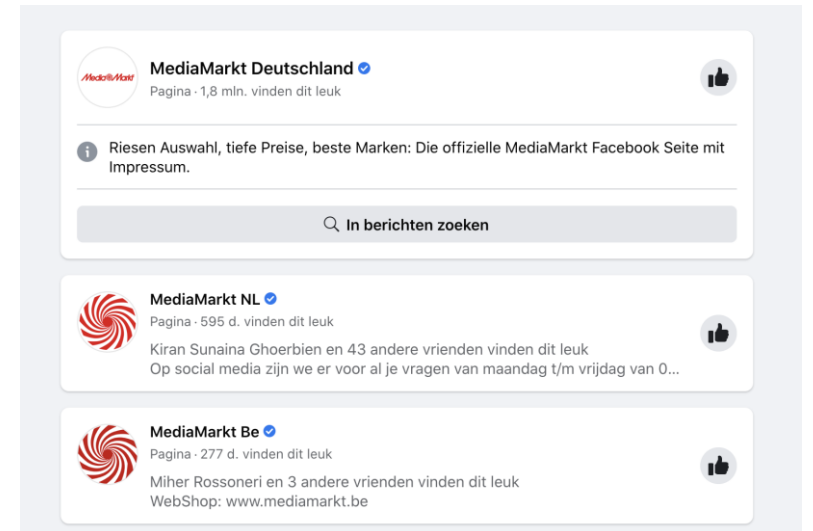
Search Engine Advertising (SEA)

3. Bedenk welke accountstructuur bij jou past
 - Een aparte account voor elk land en taal
 - Een apart account voor elk land en product
 - Een apart account voor elk taal
4. Zorg dat je de juiste metingen hebt ingesteld
5. Ga aan de slag



Social Media

- Verschillende accounts voor de verschillende landen
- Sterk merk opbouwen
 - Visueel content delen
 - Interactie met doelgroep
- Reviews stimuleren
- Samenwerken met influencers



Let op! Onderzoek in welk land welke social media kanaal het meest gebruikt wordt. Zo gebruiken ze in China vaker Qzone dan Facebook



Personalisatie

- Stimuleer interactie met jouw merk
- Verzamel gegevens van jouw doelgroep
- Gebruik deze gegevens in je marketing en communicatie
 - Personaliseren van producten
 - Suggesties op basis van interesse
 - Naam van de klant gebruiken en aanpassen op een seizoen
 - Navigatie aanpassen op klant
 - E-mail versturen op basis van interesse

The screenshot shows the Amazon.com homepage with a personalized recommendation for Sharon Hurley Hall. The page features the Amazon Prime logo, navigation links, and a search bar. The main content area displays a personalized message: "Sharon Hurley Hall, Based on your recent visit, we thought you might be interested in these items." Below this, there is a section for "Amazon Devices Store" featuring the "All-new Echo (2nd Generation) with improved sound, powered by... by Amazon". The product is shown with its price: List Price: \$99.99, Price: \$79.99 (Prime), and You Save: \$20.00 (20%). There are buttons for "Learn more" and "Add to Wish List". At the bottom, there are navigation links for "ELECTRICAL DEALS", "HOME UPDATE", "THE EDIT", and "NEW IN".

