Vijf favoriete tools van de ceo van Bax-shop

31-01-2017 09:45

Door Reinilde van Ekris
Bron: EtailTrends 6

Meten is weten en dat is zeker het geval bij onlineverkoop. Jochanan Bax, medeoprichter en ceo van Bax-shop, wil continu inzicht hebben in de prestaties van zijn webshop. Zijn favoriete tools op een rij.

1. Searchmetrics
“Een ideale tool die we dagelijks gebruiken om te kijken waar onze bezoekers vandaan komen en wat de verhouding is tussen betaalde en onbetaalde traffic. Welke zoekwoorden gebruiken consumenten, hoe doen we het ten opzichte van de concurrentie, hoeveel shoppers komen binnen via onze social media-kanalen? De inzichten die we hiermee opdoen hebben veel impact op ons marketingbeleid.”

2. Easy Counter
“Ik wil continu weten hoe onze webshop het doet ten opzichte van andere partijen in de branche. Easy Counter scrapet veel data en daar rolt een betrouwbaar overzicht uit van onder meer het aantal dagelijkse bezoekers en pageviews en hoeveel pagina’s iemand gemiddeld bekijkt. Het geeft ook een beeld van de gebruikte keywords en dat helpt ons te anticiperen op de vraag.”

3. Google Analytics
“Google Analytics helpt ons niet alleen om de conversie onder onze bezoekers te meten, maar geeft ook een beeld van bijvoorbeeld welke gedeelten van de website goed presteren en waar nog het een ander te verbeteren valt. Het is de basis voor onze onlineactiviteiten. Onmisbaar voor ons dus.”

4. Tableau
“Hierin komen alle data van alle afdelingen samen, van inkoop en management tot sales en aftersales. De informatie wordt visueel vormgegeven en dat maakt de dashboards erg inzichtelijk. Bovendien kan ik er gemakkelijk vergelijkingen mee maken tussen verschillende perioden. Een nadeel is dat de dashboards niet realtime zijn. Anderzijds: als ik het exacte aantal orders wil weten kijk ik even in het ERP-systeem.”

5. Optimizely
“Sinds vorig jaar zijn we redelijk actief op het gebied van A/B-testing. Een aantal medewerkers runt constant een stuk of vijf tests, variërend van de kleuren in de webshop tot de positie van een button. Soms blijkt iets kleins al de conversie te beïnvloeden. Zo stonden de klantrecensies eerst bij ons logo en nu onder de titel van een product. Dat blijkt goed te zijn voor een conversiestijging van zo’n zeven procent. Niet slecht voor zo’n minimale aanpassing.”

In EtailTrends wordt regelmatig stilgestaan bij de vijf favoriete tools van online retailers. Zo deed oprichter Geert-Jan Smits van Flinders zijn favoriete tools uit de doeken in het eerste nummer van dit jaar. Klik hier voor meer informatie over een abonnement op EtailTrends.