

Vijf tips voor grensoverschrijdend verkopen

31-05-2017 13:40



Door Dashne Faraj
Juriste bij Trusted Shops

Een webshop starten in het buitenland. Het lijkt gemakkelijk, maar er komt meer bij kijken dan alleen het vertalen van je website. Veel retailers ervaren zowel figuurlijk als letterlijk grenzen wat betreft verkopen buiten Nederland. Uit de [Cross-border E-commerce Barometer](#) onder in totaal 585 leden van Ecommerce Europe, blijkt namelijk dat bijna de helft van de ondernemingen die al aan consumenten over de landsgrenzen verkoopt, moeite heeft met de strenge wet- en regelgeving. Om online retailers hierbij te helpen, zet Trusted Shops vijf belangrijke tips voor grensoverschrijdend verkopen op een rijtje.

1. Houd je aan de wettelijke formulering

De eerste tip is meteen de belangrijkste: maak het jezelf niet onnodig moeilijk en houd je zoveel mogelijk aan de wettelijke formulering voor webshopteksten. Hierbij kun je denken aan de manier waarop je bedrijfsinformatie moet verschaffen, hoe je de bedenktijd verwoordt, de tekst op de bestelbutton en de omschrijving van de retour(on)mogelijkheden. Om zeker te weten dat je per land op een correcte manier en

volgens de wet werkt, is er een Europees samenwerkingsverband in het leven geroepen, genaamd [Consumer Protection Cooperation](#) (CPC). De verantwoordelijkheid voor de handhaving van de EU-wetgeving inzake consumentenbescherming ligt bij de nationale autoriteiten, maar de Europese Commissie coördineert de samenwerking tussen deze autoriteiten om ervoor te zorgen dat de wetgeving omtrent consumentenrechten op consistente wijze in de interne markt wordt toegepast. Voor de coördinatie hiervan is er in elke lidstaat een 'verbindingsbureau'. In Nederland is deze taak ondergebracht bij de Autoriteit Consument & Markt (ACM).

Blijven er nog vragen over? Dan is een keuring door een juridisch adviseur die gespecialiseerd is in internationale consumentenrichtlijnen, een goede optie. Wat in het ene land op een bepaalde manier geïmplementeerd is en gelding vindt, betekent niet dat het ook in een ander land op dezelfde wijze zal worden toegepast. Degene die de keuring uitvoert, is normaliter op de hoogte van de relevante wet en regelgeving in dat specifieke land.

2. Maak gebruik van landenextensies

Wanneer je besluit over de grens te verkopen, moet je er rekening mee houden dat al deze landen simpelweg niet te vergelijken zijn met elkaar. In een land zo groot als Duitsland of Frankrijk, is het bijvoorbeeld logistiek bijna onmogelijk (en vaak ook niet gangbaar) om een bestelling op dezelfde dag te bezorgen. Maar ook de productprijzen kunnen in verschillende landen anders zijn. Per land hanteren de meeste webshops daarom verscheidene productprijzen, omdat het verkopen van bepaalde artikelen in een ander land meer of minder kan kosten. De consument verwacht echter dat je de prijs laat zien die op dat moment voor hem van toepassing is.

Een melding dat iemand op de verkeerde landenpagina zit, kan het beste zo vroeg mogelijk gebeuren om teleurstellingen tijdens de checkout te voorkomen. Door het toevoegen van een landenkeuze-optie bij het openen van de webshop, of een dergelijke optie in de menubalk, wordt de kans vergroot dat de bezoeker de relevante gegevens te zien krijgt.

3. Bied verschillende betaalmethoden aan

De keuze en voorkeur in betaalsystemen is bijna oneindig. Zo is Denemarken gewend aan Dankort payment system, gebruiken online shoppers in Engeland vaak creditcards, betalen Duitsers graag met ELV en houden de Italianen van PayPal, net als de Fransen. In Nederland is iDEAL veruit het populairst, terwijl deze betaalmethode in andere landen veel minder gangbaar is. Bied dus betaalmethoden aan die ze in dat land gewoon zijn en zorg bovenal voor meerdere keuzes, zodat men niet tijdens het aankoopproces afhaakt. Vergeet ook niet om altijd te informeren over eventuele bijkomende kosten. Denk hierbij aan alle extra vracht-, leverings- of portokosten en extra kosten die in rekening worden gebracht bij het gebruik van specifieke betaalmethoden zoals dit geldt bij betaling met creditcard of wanneer er wordt gekozen voor verzending onder rembours.

Deze informatie kan het beste worden opgenomen op een aparte 'betaalmethoden'-pagina, waar extra kosten gemeld worden. Dit dient duidelijk en ondubbelzinnig geformuleerd te zijn; de consument moet eenvoudig kunnen achterhalen waarvoor er bijkomende kosten worden gerekend en hoeveel die bedragen.

4. Gebruik een EU-formulier voor ontbinding koop

Wanneer je als online retailer producten gaat verkopen buiten Nederland, ben je sinds 2014 verplicht bij ontbinding een modelformulier beschikbaar te stellen. De consument kan dan met behulp van dit formulier de overeenkomst ontbinden, maar is hiertoe niet verplicht. De herroepingsverklaring kan namelijk ook op een andere ondubbelzinnige wijze kenbaar worden gemaakt.

Hiervoor ben je als retailer gebonden aan strenge regelgeving en een dergelijk modelformulier biedt uitkomst. Hierdoor ontstaat meer eenduidigheid en duidelijkheid voor zowel consument als retailer en wordt voorkomen

dat de retailer geconfronteerd wordt met sancties. Als het modelformulier namelijk niet aan de consument wordt verstrekt, wordt de ontbindingstermijn verlengd tot het moment dat de handelaar alsnog het modelformulier aan de consument doet toekomen, met een maximale termijn van twaalf maanden.

Een handige bijkomstigheid is dat het formulier op de webshop geplaatst kan worden, en dus aan Google Analytics kan worden gekoppeld, waardoor de netto-conversies beter gemeten kunnen worden.

5. Kies voor een logistiek partner

Online shoppers willen het liefst zo snel mogelijk kunnen lezen over de verschillende leveringscondities: wat zijn de verzend- en eventuele douanekosten, wat is de verwachte leveringsdatum en hoe kan de zending gevolgd worden? Kies daarom voor een logistieke partner die je hierbij helpt en je adviseert over de belangrijkste spelers op de lokale markten die je wilt bedienen. Dergelijke partijen beschikken daarnaast vaak over de mogelijkheid om applicaties toe te voegen aan je webshop zodat deze gekoppeld zijn aan het orderbeheersysteem waar je gebruik van maakt. Hierdoor worden bezorgkosten en eventuele invoerrechten of belastingen automatisch getoond en wordt Track & Trace mogelijk gemaakt.

Door het internet verdwijnen de digitale grenzen en voelen veel online retailers zich genoodzaakt ook crossborder te verkopen en te leveren aan consumenten buiten Nederland. Ook al voelt het voor veel webshophouders als een grote stap, het biedt de kans om meer klanten te bedienen en hiermee omzet te genereren in het buitenland. Neem hierbij bovenstaande tips in acht en laat je goed informeren door professionals die je hierbij kunnen helpen.

Dashne Faraj