

De Bijenkorf en Hudson's Bay: wie wint de online oorlog?

25-10-2018 12:11



Door Frank Loots

Interim professional voor e-commerce en supplychain en logistiek

Er is dit jaar veel geschreven over nieuwkomer Hudson's Bay. En wat opviel in de berichten was dat het bedrijf vanaf de start negatief werd neergezet. De retailer zou niet vernieuwend zijn, het zou te duur zijn, het zou niets toevoegen aan de winkelstraat, online zou het bedrijf het ook zeker niet redden en ga zo maar door. In de media werd veelal de vergelijking getrokken met warenhuis V&D en ook met de Bijenkorf. Maar waar winkelketens V&D en HEMA worstelen, lijkt de Bijenkorf het veel beter te doen. Dit heeft te maken met keuzes en positionering.

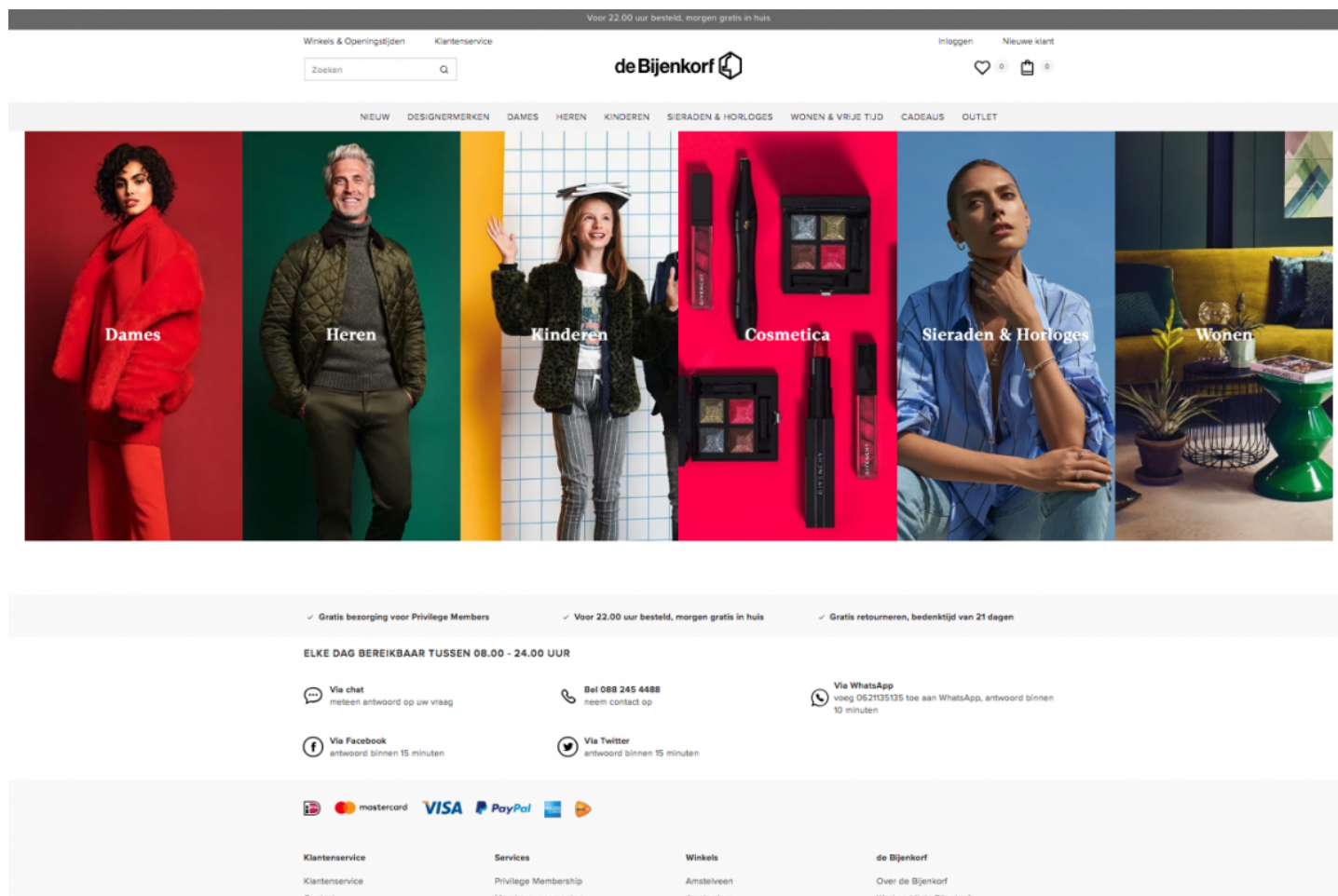
Het leek mij interessant om eens een online vergelijking te maken tussen Hudson's Bay en de Bijenkorf, om een beeld te krijgen of de kritiek terecht is of niet. Let wel, het gaat hier alleen over de webwinkels van de warenhuizen, niet over de winkelfilialen. In dit artikel zal ik een online vergelijking trekken tussen de webwinkel van Hudson's Bay en die van de Bijenkorf. Ik zal beiden beoordelen op vele criteria, net zoals ik deze ook hanteer in de E-Commerce Scan die ik voor bedrijven uitvoer.

1. Algehele look & feel

Een bezoeker besluit binnen een paar seconden of hij op de website blijft of weer verder gaat. De eerste indruk is dus van groot belang. Bezoekers willen direct kunnen zien wat de webwinkel te bieden heeft en wie de doelgroep is. Hiervoor is het belangrijk dat het kleurgebruik is afgestemd op de doelgroep en gebruik wordt

gemaakt van een duidelijk logo, eventueel met een goede tagline. Een rustige en overzichtelijke lay-out zorgt ervoor dat alle aandacht naar de producten gaat. Creëer daarom een rustige uitstraling door het gebruik van voldoende witruimte, consistent kleurgebruik en voldoende contrast tussen tekst en achtergrond. Voorkom dat het design afleidt van de functionaliteit en zorg dat de producten eenvoudig te vinden zijn.

De Bijenkorf



De homepage van de Bijenkorf oogt rustig en zakelijk. Het design spreekt me erg aan. De pagina is overzichtelijk en bevat alleen de hoofdcategoryën afgebeeld.

Op iedere pagina is duidelijk van wie de site is, het logo van de Bijenkorf is steeds duidelijk aanwezig.

Het de Bijenkorf-logo bevat een link naar de homepage.

De vormgeving is rustig en overzichtelijk. Het is belangrijk om 'rust en overzicht' altijd in het achterhoofd te houden. als het aankomt op design.

Het kleurgebruik is afgestemd op de formule van de Bijenkorf.

De ruimte op de homepage wordt optimaal benut, al zou er gekozen kunnen worden voor meer designelementen op de pagina.

Stijl en kleur worden consistent gebruikt.

Er is een hoog contrast tussen tekst en achtergrond.

Er wordt een schreefloos lettertype gebruikt.

Het formaat lettertype is prettig.

Er zijn niet te veel afwijkende lettertypes of letterformaten.

Er staan geen afbeeldingen achter de tekst (hoewel wel aanwezig, zeker niet hinderlijk of onleesbaar).

Er wordt spaarzaam gebruik gemaakt van dik- en schuingedrukte tekst.

Er is voldoende witruimte rondom de teksten.

Hudson's Bay

HUDSON'S BAY

Waar ben je naar op zoek?

ZOEKEN



Hi Mjn account



Mjn verlanglijst



0,00 Winkelmand

NIEUW DAMES HEREN KINDEREN COSMETICA WONEN CADEAUS MERKEN MID SEASON SALE

MID SEASON SALE

TOT 50% KORTING

SHOP NU

EXCLUSIEF BIJ HUDSON'S BAY

EXCLUSIEF BIJ HUDSON'S BAY

FAVORIET

ONTDEK ALLE FAVORIETEN

NIEUWE COLLECTIE

LET'S STAY IN TIME TO GO OUT BEKIK DE NIEUWE COLLECTIES

De homepage van Hudson's Bay oog veel drukker en schreeuweriger. Dit wordt met name gedaan door de drukke banner die de mid season sale onder de aandacht brengt. Maar ook de andere banners zijn redelijk druk qua kleurkeuze.

Op iedere pagina is duidelijk van wie de site is, het logo van Hudson's Bay is steeds duidelijk aanwezig.

Het Hudson's Bay-logo bevat een link naar de homepage.

De vormgeving is rustig en overzichtelijk. Het is belangrijk om 'rust en overzicht' altijd in het achterhoofd te houden. als het aankomt op design.

Het kleurgebruik is afgestemd op de formule van Hudson's Bay.

De ruimte op de homepage wordt optimaal benut, al leidt dit wel tot veel drukte op de website.

Stijl en kleur worden consistent gebruikt.

Er is een hoog contrast tussen tekst en achtergrond.

Er wordt een schreefloos lettertype gebruikt.

Het formaat lettertype is prettig.

Er zijn niet te veel afwijkende lettertypes of letterformaten.

Er staan geen afbeeldingen achter de tekst (hoewel wel aanwezig, zeker niet hinderlijk of onleesbaar).

Er wordt spaarzaam gebruik gemaakt van dik- en schuingedrukte tekst.

Er is voldoende witruimte rondom de teksten.

2. Gebruik van foto's en afbeeldingen

Een foto of video zegt meer dan duizend woorden. Goede productfoto's zijn erg belangrijk en kunnen de conversie enorm verhogen. Voor veel mensen vormt online winkelen nog steeds een drempel omdat ze het product niet kunnen vasthouden, voelen of van alle kanten kunnen bekijken. Daarom is het belangrijk dat per product meerdere goede foto's beschikbaar zijn. Fotografeer de artikelen van verschillende kanten, zorg ervoor dat er ingezoomd kan worden en toon alle belangrijke details van het product. Goede productfoto's verhogen de conversie.

De Bijenkorf

Foto's zijn niet allemaal even scherp en duidelijk en geven soms de kleine details niet goed weer. Denk aan een sluiting van een ketting of de detail van een ring. Dit verschilt echter per product.

Er wordt een vast afbeeldingformaat gebruikt.

Foto's en afbeeldingen hebben een correcte bestandsnaam.

Foto's en afbeeldingen hebben een juiste alt-tag.

Hudson's Bay

Foto's zijn niet allemaal even scherp en duidelijk en geven soms de kleine details niet goed weer. Denk aan een sluiting van een ketting of de detail van een ring. Dit verschilt echter per product. Maar ook hier bijvoorbeeld bij Buddha to Buddha, net als bij De Bijenkorf.

Er wordt een vast afbeelding formaat gebruikt.

Foto's en afbeeldingen hebben een correcte bestandsnaam.

Foto's en afbeeldingen hebben een juiste alt-tag.

Suggestie

Plaats altijd meerdere productfoto's, vanuit diverse hoeken en het liefst nog gedragen door een model. Op die manier krijgt van de klant een beter beeld van het product, de diverse details en hoe het staat en gedragen kan worden. Ook materialen komen dan beter naar voren. Het 360 graden laten roteren van producten is hier perfect voor. Dit werkt conversieverhogend en vermindert tevens de kans op een retour. Het lijkt erop dat zowel de Bijenkorf als Hudson's Bay slechts werken met de afbeeldingen van de leverancier.

3. Structuur en navigatie

Een goede navigatie en structuur zijn erg belangrijk voor zowel de bezoekers van de webwinkel als voor zoekmachines. Een duidelijke en logische opbouw helpt bezoekers om snel te vinden waarnaar ze naar op zoek zijn. Voor zoekmachines is het direct duidelijk wat het onderwerp van een pagina is en welke rol een bepaalde pagina speelt op van de website. De navigatie op de website, metadata en de opbouw van de URL's spelen hierbij een belangrijke rol.

De Bijenkorf

URL's bevatten zoekwoorden en deze zijn niet onnodig lang. Achter elke product-url wordt echter wel een lange code geplaatst, het belang hiervan is niet helemaal duidelijk.

De hoofdnavigatie is niet consistent toegepast. Zo blijkt dat op de categoriepagina's meer categorieën beschikbaar zijn dan in het uitklapmenu bovenin de balk worden getoond. Het lijkt erop alsof alleen de populairste categorieën worden getoond. Maar zelfs voor de momenteel uiterst populaire categorie sport is dit niet het geval. Het is me niet duidelijk hoe dit werkt.

Menu's zijn goed leesbaar.

Er wordt geen overmatig gebruik gemaakt van drop-downs.

Het is op elk moment duidelijk waar je op de website bent. Alle categorie pagina's hebben een duidelijke titel.

Biker boots voor Dames

Biker boots zijn dé schoenen voor komend seizoen. De biker boots onderscheiden zich van de zwarte enkellaarsjes door extra details als studs en gespen. De meest stoere en luxe biker boots vind je bij de Bijenkorf.

Producten | [Outfits](#)

62 artikelen

Aanbevolen ▾




Er is een 'kruimelpad' aanwezig.

De zoekfunctie bevindt zich duidelijk vindbaar op de pagina, nagenoeg bovenaan. Dit is de plek waar de bezoeker de zoekfunctie verwacht. Deze werkt tevens dynamisch want geeft hints tijdens het typen. Dit zoekt prettig.


Er is een contactformulier aanwezig. Dit is tevens erg goed opgezet met antwoorden op veelgestelde vragen en daarna de mogelijkheid om op diverse manieren contact te leggen wanneer het antwoord er niet bij staat.


Niet gevonden wat u zocht?

Neem contact op met onze klantenservice

 **Bel 088-2454488**
neem gratis contact op

 **Via Chat**
meteen antwoord op uw vraag

 **Via Whatsapp**
voeg 0621135135 toe aan Whatsapp,
antwoord binnen 1 kwartier

 **Via Facebook**
antwoord binnen 1 kwartier

 **Via Twitter**
antwoord binnen 1 kwartier

Hudson's Bay

URL's bevatten zoekwoorden en deze zijn niet onnodig lang. Achter elke product-url wordt echter wel een lange code geplaatst, het belang hiervan is niet helemaal duidelijk.

De hoofdnavigatie is consistent toegepast.

Menu's zijn goed leesbaar, erg duidelijk.

Er wordt geen overmatig gebruik gemaakt van drop-downs.

Het is op elk moment duidelijk waar je op de website bent. Dit zou echter nog wel beter kunnen door de titel van de categoriepagina echt specifiek te maken. In onderstaand voorbeeld is dat 'meisjesschoenen' of 'schoenen voor meisjes' in plaats van 'schoenen'. Dit dient niet alleen voor navigatie maar is ook erg belangrijk voor je vindbaarheid in Google (SEO).

[Home](#) > [KINDEREN](#) > [Meisjes](#) > [Schoenen \(7\)](#)

Sorteren: **Nieuwste collectie** ▾

- < KINDEREN
- Meisjes**
- Accessoires
- Broeken & Leggings
- Jassen
- Jeans
- Jurken & Rokken
- Ondermode & Nachtmode
- Schoenen
- Sportkleding
- Truien & Vesten
- T-shirts & Blouses

Schoenen

NIEUW



adidas originals
Stan Smith sneaker
64,95



adidas originals
Forest Grove sneaker
59,95



adidas originals
Stan Smith sneaker
64,95



adidas originals
Stan Smith sneaker
54,95

Er is een "kruimelpad" aanwezig.

De zoekfunctie bevindt zich duidelijk vindbaar op de pagina, nagenoeg bovenaan. Dit is de plek waar de bezoeker de zoekfunctie verwacht. Deze is wel dynamisch echter bij het zoeken naar een product wat begint met 'spijker' gebeurt er niets. Jammer, hier moet zeker naar gekeken worden.

Er is geen contactformulier aanwezig maar wel een pagina met diverse mogelijkheden om contact te zoeken met de klantenservice. Eén en ander ziet er niet zo strak uit als op de pagina van de Bijenkorf maar het is er allemaal wel. Prima pagina maar kan nog overzichtelijker.

< Homepage	<h2>Contact</h2>
Algemene Informatie	
Bestellen	Kunnen we je helpen? Neem contact op met het Contact Center. We zijn dagelijks bereikbaar van 08:00 tot 22:00 uur.
Betalen	
Bezorgen	Contactgegevens
Retourneren	Telefoon: 0800-0801 (gratis)
Garantie	Email: info@hudsonsbay.nl (Gemiddelde reactietijd: 4 uur)
Veelgestelde vragen	Facebook: facebook.com/hudsonsbaynl (Gemiddelde reactietijd: 30 minuten)
Contact	Twitter: twitter.com/hudsonsbaynl (Gemiddelde reactietijd: 30 minuten)
Algemene voorwaarden	Chat: chat.cygnific.com/hudsons_bay (Gemiddelde reactietijd: 30 minuten)
Privacy statement	Whatsapp: Voeg 06 - 10 89 30 00 toe aan je contacten en stuur een bericht
Cookie Statement	
Actievoorwaarden	
	Bedrijfsgegevens
	Bezoekadres: HBC Netherlands B.V. Rembrandtweg 39-41, 3e etage 1181 GE Amstelveen

Suggesties

- Op de website van Hudson's Bay is men in het hoofdmenu soms vergeten om de sortering op alfabetische volgorde te houden. Er staat dan ineens een categorie tussen met een andere beginletter.

- Google vindt een sitemap nog steeds erg fijn. Ik kan op de website van de Bijenkorf en Hudson's Bay echter geen sitemap terugvinden. Ik adviseer deze toe te voegen ten behoeve van de vindbaarheid.

4. Teksten en productbeschrijvingen

Teksten hebben een grote invloed op het succes van een webwinkel. De perfecte webteksten zijn kort, bondig en duidelijk geschreven en stimuleren de lezer tot actie over te gaan. Denk aan het doorklikken naar een bepaald product, het achterlaten van een e-mailadres of het kopen van een product. De productpagina's, de pagina's waarop je de details van de producten toont, zijn een van de belangrijkste pagina's in de webwinkel. Ze moeten voldoende relevante informatie bevatten en bezoekers verleiden tot een aankoop.

De Bijenkorf

Categoriepagina's bevatten geen inleidende headerafbeelding. Er is alleen sprake van een paginatitel en een korte inleidende tekst. Je kunt je afvragen hoe belangrijk een headerafbeelding is, het gaat hier met name om design en sfeer.

Balenciaga Heren

De Spaanse roots van Cristóbal Balenciaga inspireerde hem tot zijn eerste ready-to-wear collectie in de jaren dertig. Sindsdien is het modehuis Balenciaga al jaren revolutionair op het gebied van high-end fashion. Ultramoderne vormen en kwaliteit van het hoogste niveau. Het maakt Balenciaga naast een luxe merk, ook een stijl aan sich.

Producten | [Outfits](#)

70 artikelen

Aanbevolen ▾



BALENCIAGA

Sweatvest met capuchon en logoprint

650,-



BALENCIAGA

Arena sneaker van lamsleer

395,-



BALENCIAGA

Speed Trainer sneaker met logodessin

595,-

Elke webpagina heeft een kop met H1 tag.

Alinea's zijn niet te lang.

De teksten zijn beknopt. Onbelangrijke informatie wordt weggelaten.

Er wordt heldere, duidelijke taal gebruikt.

Populair en modieus taalgebruik is vermeden.

De schrijfstijl is actief.

De tekst is niet creatief en inspirerend. Het valt op dat op de productdetailpagina slechts productinformatie gegeven wordt zonder dat de klant wordt verleid of wordt meegenomen.

Teksten bevatten geen spel-, grammatica-, zinsbouw-, stijl- en interpunctiefouten.

Er zijn voldoende witregels opgenomen. Teksten lezen prettig.

De teksten bevatten geen zoektermen voor een betere online vindbaarheid doordat er slechts praktische informatie wordt gegeven.

Alle tekst is leesbaar voor zoekmachines en bezoekers.

Hudson's Bay

Categoriepagina's bevatten geen inleidende headerafbeelding. Er is alleen sprake van een paginatitel en een korte inleidende tekst. Je kunt je afvragen hoe belangrijk een headerafbeelding is, het gaat hier met name om design en sfeer.

Elke webpagina heeft een kop met H tag.

Alinea's zijn er niet, op veel productdetailpagina's ontbreken de teksten en staat alleen het materiaal of de EAN-code vermeld.

De teksten zijn amper aanwezig.

Er wordt geen heldere, duidelijke taal gebruikt. Ontbrekende teksten.

Populair en modieus taalgebruik is vermeden. Niet van toepassing door ontbrekende teksten.

De schrijfstijl is niet actief.

De tekst is niet creatief en inspirerend. Het valt op dat op de productdetailpagina slechts productinformatie gegeven wordt zonder dat de klant wordt verleid of wordt meegenomen. Vaak staat er zelfs alleen een EAN-

code.

Teksten bevatten geen spel-, grammatica-, zinsbouw-, stijl- en interpunctiefouten. Niet van toepassing door ontbrekende teksten.

Er zijn voldoende witregels opgenomen. Teksten lezen prettig. Niet van toepassing door ontbrekende teksten.

De teksten bevatten geen zoektermen voor een betere online vindbaarheid doordat er slechts praktische informatie wordt gegeven.

Alle tekst is leesbaar voor zoekmachines en bezoekers. Niet van toepassing door ontbrekende teksten.

Suggesties

De Bijenkorf zou meer kunnen doen om de potentiële klant te verleiden tot het doen van een aankoop. Dit doe je niet alleen met praktische informatie. Dat kan veel beter.

Hudson's Bay zakt hier echter compleet door het ijs. Ik kon geen pagina's vinden waarop fatsoenlijke productteksten geschreven stonden. Dit is echt heel slecht en lijkt gewoon een feed of een import te zijn van de leveranciers en niet meer dan dat. Hiermee verleid je de klant niet tot kopen en Google help je hier al zeker niet mee.



ARTIKELDETAILS

EAN: 802892452574

Speciale kenmerken

Materiaal

leer

Afmetingen

17 x 19 x 9 cm

5. Gebruiksvriendelijkheid

De gebruiksvriendelijkheid van een webwinkel gaat over het gemak waarmee een bezoeker zijn weg kan vinden in de webwinkel. De website moet eenvoudig te gebruiken zijn en een bezoeker moet snel kunnen vinden wat hij zoekt. Ook het plaatsen van een bestelling moet eenvoudig gaan. Is dit niet het geval, dan is er een kans dat

de bezoeker voortijdig de webwinkel verlaat. Zorg er dus voor dat het hele bestelproces in orde is en dat er geen onduidelijkheden bestaan. Als de webwinkel veel traffic heeft, kan het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid ervoor zorgen dat er extra bestellingen geplaatst worden of dat er minder bestellingen geretourneerd worden.

De Bijenkorf

Tekst die geen link bevat is nooit onderstreept.

Links hebben een duidelijke titel en het is duidelijk waar ze heen leiden.

Knoppen bevatten duidelijke icoontjes en teksten.

Er is een goede filtermogelijkheid om artikelen te sorteren op prijs, merk of andere criteria.

Productpagina's tonen relevante andere producten. Al is niet duidelijk wat wel en niet getoond wordt en op welk moment. Zo wordt o.a. getoond 'Anderen bekeken ook' maar ook 'Uit deze serie'. Verder prima cross-sell/up-sell.

Er worden meerdere betaalmogelijkheden aangeboden en deze zijn direct te zien. Op iedere pagina onderaan in de footer vermeld.

Uitstekende FAQ-pagina, zie eerder besproken.

Er zijn geen verborgen kosten. De verzendkosten zijn duidelijk te vinden op iedere productdetailpagina. Dit is erg mooi en overzichtelijk gedaan.

De footer geeft duidelijke en nuttige informatie, alle praktische informatie is hier terug te vinden.

Er wordt geen onnodige informatie gevraagd bij het bestellen. Een erg cleane checkout met alleen de relevante informatie en de mogelijkheid om zowel in te loggen en als klant te betalen maar ook als gast af te

rekenen.

Hudson's Bay

Tekst die geen link bevat is nooit onderstreept.

Links hebben een duidelijke titel en het is duidelijk waar ze heen leiden.

Knoppen bevatten duidelijke icoontjes en teksten.

Er is een goede filtermogelijkheid om artikelen te sorteren op prijs, merk, kleur of andere criteria.

Productpagina's tonen geen relevante andere producten. Het enige wat wordt getoond op de productpagina zijn je recent bekeken artikelen. Geen cross-sell of up-sell en dat is een gemiste kans om de waarde in de winkelmand te verhogen.

Er worden meerdere betaalmogelijkheden aangeboden en deze zijn direct te zien. Op iedere pagina netjes onderaan in de footer vermeld.

Prima FAQ pagina, zie eerder besproken.

Er zijn geen verborgen kosten. De verzendkosten zijn duidelijk te vinden op iedere product detail pagina. Dit is summier maar prima gedaan.

De footer geeft duidelijke en nuttige informatie, alle praktische informatie is hier terug te vinden.

Er wordt geen onnodige informatie gevraagd bij het bestellen. Een erg cleane checkout met alleen de relevante informatie en de mogelijkheid om zowel in te loggen en als klant te betalen maar ook als gast af te rekenen.

Suggestie

Toon aan de linkerkant bij de filtermogelijkheden ook de mogelijkheid om te filteren op 'meest verkocht' en eventueel ook op 'hoogste waardering'.

6. Algemene voorwaarden en verplichtingen

Als online retailer krijg je te maken met een aantal wettelijke verplichtingen. Deze zijn bedoeld ter bescherming van de consument. Je bent bijvoorbeeld verplicht om contactgegevens op de website te vermelden en bezoekers moeten bij het plaatsen van een bestelling op de hoogte gebracht worden van de algemene voorwaarden.

De Bijenkorf

Het KvK- en btw-nummer staan vermeld.

Bij levering aan consumenten zijn de prijzen inclusief btw.

Het bestelproces is duidelijk omschreven.

De levertijd wordt duidelijk aangegeven.

De algemene voorwaarden worden duidelijk beschikbaar gesteld en kunnen opgeslagen worden.

Er wordt informatie over de garantietermijn gegeven.

Er zijn geen vooraf aangevinkte hokjes.

Hudson's Bay

Het KvK- en btw-nummer staan vermeld.

Bij levering aan consumenten zijn de prijzen inclusief btw.

Het bestelproces is duidelijk omschreven.

De levertijd wordt duidelijk aangegeven.

De algemene voorwaarden worden duidelijk beschikbaar gesteld en kunnen opgeslagen worden.

Er wordt informatie over de garantietermijn gegeven.

Er zijn geen vooraf aangevinkte hokjes.

7. Techniek

De techniek van een webwinkel is mede bepalend voor het gebruiksgemak dat bezoekers ervaren. Door ervoor te zorgen dat de webwinkel in alle browsers en ook op mobiele apparaten goed functioneert, zal je het gebruiksgemak vergroten en extra bestellingen genereren. Bezoekers ergeren zich aan een trage website of een website die niet goed wordt weergegeven en zijn zo weer weg. Geef ze deze kans niet en zorg dat alles perfect werkt.

De Bijenkorf

De website wordt correct weergegeven op tablets en smartphones.

De website werkt in de meest gebruikte browsers.

De website is voorzien van een SSL certificaat.

De zoekfunctie is eenvoudig te gebruiken en zelfs dynamisch op desktop.

In het zoekveld passen meer dan 25 karakters.

De zoekresultaten zijn duidelijk en relevant.

Foutmeldingen zijn duidelijk, eenvoudig en geven een oplossing.

Foutmeldingen worden direct op het scherm (zonder te scrollen) weergegeven.

Bij formulieren is het duidelijk wat bij elk veld ingevuld moet worden.

Tabs zijn logisch te gebruiken bij het invullen van de formulieren.

Bedankpagina's zijn duidelijk.

Bij het verzenden van het formulier is het duidelijk wat de verzender kan verwachten.

De website laadt redelijk snel, dit is prima in orde op zowel desktop als mobile.

Hudson's Bay

De website wordt correct weergegeven op tablets en smartphones.

De website werkt in de meest gebruikte browsers.

De website is voorzien van een SSL certificaat.

De zoekfunctie van Hudson's Bay is niet erg goed. Deze hapert regelmatig. Bij het zoeken naar nagellak worden er slechts twee getoond, terwijl er wel meer zijn, in andere kleuren. Dit is vreemd. Ook is de zoekfunctie niet erg dynamisch en dat is jammer want werkt erg prettig. De zoekfunctie is een belangrijke feature op een website want wanneer de bezoeker niet snel kan vinden wat hij zoekt dan is hij direct weer weg. Zonde van je duur geadverteerde euro's.

In het zoekveld passen meer dan 25 karakters.

De zoekresultaten zijn duidelijk en relevant. Zie bovenstaand punt.

Foutmeldingen zijn beperkt duidelijk, eenvoudig en geven geen oplossing of alternatief. Een summiere tekst geeft aan dat de opgevraagde pagina niet beschikbaar is maar dat is dan ook alles. Dit kan veel beter en netter.

Foutmeldingen worden direct op het scherm (zonder te scrollen) weergegeven.

Bij formulieren is het duidelijk wat bij elk veld ingevuld moet worden.

Tabs zijn logisch te gebruiken bij het invullen van de formulieren.

Bedankpagina's zijn duidelijk.

Bij het verzenden van het formulier is het duidelijk wat de verzender kan verwachten.

De website laadt redelijk snel, dit is prima in order op zowel desktop als mobile.

8. Klantenbinding

Het promoten van een webwinkel is belangrijk om klanten en bezoekers te trekken. Maar ook als de bezoeker eenmaal op de website is, ga je door met het promoten. Stimuleer bezoekers om aan te melden voor de nieuwsbrief, de organisatie te volgen op social media of een review achter te laten. Ook is het zaak om van de bezoeker een terugkerende klanten te maken. Dit doe je door de bezoeker te boeien, te inspireren, te binden en te verrassen.

De Bijenkorf

De [Over De Bijenkorf](#)-pagina is aanwezig en gemakkelijk te vinden in de footer. Tevens is deze erg uitgebreid en interessant om te lezen met een mooi stuk historie.

Er is een aanmeldmogelijkheid voor de nieuwsbrief, maar ik kon deze na enige tijd niet meer terugvinden. Je zou deze onderaan de homepage verwachten maar daar staat deze niet. Dit kan duidelijker en dat is belangrijk want e-mailadressen van klanten of prospects zijn goud waard.

Het is duidelijk waarom men zich voor de nieuwsbrief zou moeten aanmelden. Zie voorgaande commentaar.

Social media accounts worden op de website genoemd.

Blog en inspiratiepagina's zijn aanwezig (footer).

Hudson's Bay

De [Over Ons](#)-pagina is aanwezig en gemakkelijk te vinden in de footer. Echter deze is kaal inspiratieloos.

Er is een prima aanmeldmogelijkheid voor de nieuwsbrief. Ook kun je aangeven of je man of vrouw bent. Uitstekend voor segmentatie dus.

Het is duidelijk waarom men zich voor de nieuwsbrief zou moeten aanmelden. Nieuws over het bedrijf is weinig interessant. Klanten willen speciale deals, acties, als eerste ergens van kunnen profiteren. Prima gedaan.

Social media accounts worden op de website genoemd.

Blog en inspiratiepagina's zijn niet aanwezig. Klantenbinding, inspiratie, verrassen blijft hiermee achterwege.

Suggesties

- Maak het onderscheidend vermogen van het bedrijf beter duidelijk. Dit geldt zowel voor de Bijenkorf als voor Hudson's Bay. Wat maakt het bedrijf en de producten anders dan andere onlinetailers in dit segment? Is dit het grotere assortiment? Biedt de winkel een betere service dan de concurrent of zijn de prijzen lager? Dit zijn de unique selling points. Zorg ervoor dat deze direct duidelijk zijn voor de bezoeker zodat deze begrijpt waarom hij bij de Bijenkorf of Hudson's Bay moet shoppen en niet bij de concurrent. Leg de nadruk op de usp's en laat ze op elke pagina terugkomen. Dat mag nog duidelijker dan beiden nu doen. Hiermee overtuig je bezoekers en neem je eventuele twijfels weg. Snel leveren, veilig betalen en lage verzendkosten zijn tegenwoordig geen usp's meer. De meeste webwinkels doen dit. Bedenk daarom wat je écht uniek maakt.

- Laat vooraf weten hoe vaak men een nieuwsbrief ontvangt. Niemand vindt het fijn om te veel mails van een bedrijf te ontvangen, of informatie waarin hij niet geïnteresseerd is. Zorg daarom dat het direct duidelijk is wat men van je nieuwsbrief kan verwachten, wat het voordeel is voor de klant en hoe vaak de nieuwsbrief verstuurd wordt. Dit verlaagt de drempel voor het aanmelden. En verstopten van de nieuwsbriefaanmelding is zeker geen goed idee.

- Zowel op de website van de Bijenkorf als van Hudson's Bay zijn geen productreviews te vinden. Dit is een gemiste kans. Spoor klanten aan om een review achter te laten en plaats deze reviews op de website op de productdetailpagina. Mensen zijn geneigd te vertrouwen op het oordeel van andere consumenten. Je kunt nog zo'n goede productpagina hebben, bezoekers zullen eerder van anderen aannemen dat dit het product is dat ze moeten hebben. Het is daarom goed om reviews van klanten op de productpagina te tonen. Ook social media kan hiervoor worden ingezet, met een incentive als beloning uiteraard. Bijvoorbeeld een tegoed op de klantenkaart.

- Zowel de Bijenkorf als Hudson's Bay zouden de klant veel meer kunnen inspireren en binden. Zeker met video zouden beiden veel meer kunnen doen.

9. E-commerce operationeel

Veel webwinkels geven bakken met geld uit aan het genereren van traffic naar hun website. Maar als de bezoeker dan eenmaal geland is en zelfs over gaat tot aankoop, is het zaak te zorgen dat alle operationele zaken op orde zijn. De bestelling wordt netjes verwerkt en opgevolgd. Denk hierbij aan de betaling, verzending, retourneren en refunding.

De Bijenkorf

Er zit een goede 'flow' in de cart en checkout. Er zit een logische volgorde in, er gebeuren geen onverwachte dingen.

Zowel afhalen in een winkelfiliaal, bij een PostNL-pakketpunt als bezorging mogelijk. Bezorging kan ook op gekozen dagen en tijdvakken. Goede propositie!

Er zijn voldoende betaalmogelijkheden in de checkout aanwezig.

Hudson's Bay

Er zit een matige 'flow' in de cart en checkout. Er zit geen volledige logische volgorde in, er gebeurt iets onverwachts want het lijkt alsof de stap voor de bezorging of afhaling wordt overgeslagen. Ook wordt er een bijzondere tekst geplaatst dat het telefoonnummer nodig is om de bezorgdatum af te stemmen. Dit lijkt me wat vreemd.

Zowel afhalen in een winkelfiliaal, bij een PostNL-pakketpunt als bezorging is mogelijk. Bezorging kan echter niet op gekozen dagen of tijdvakken, dat is erg teleurstellend. Afhalen kan, maar dat wordt erg goed verstoep. En dat is jammer, want traffic naar je winkel kan zeker interessant zijn. Om afhaling te kiezen dien je links op de pagina, naast je afleveradres op 'Wijzigen' te klikken. Amper zichtbaar.

De klant kan alleen betalen met creditcard en met iDEAL. Dat is wel heel beperkt. Mogelijkheid tot achteraf betalen en met PayPal moeten zeker aanwezig zijn.

Suggesties

- Maak de meest gekozen betaalmethode de standaard aangevinkte betaalmethode. In het geval van Hudson's Bay dient iDEAL links op de pagina te staan en al vooraf aangevinkt. Dit verhoogt de usability.

- Zorg voor vertrouwen in het aankoopproces. Het Thuiswinkel-logo is vertrouwd en wordt herkend. Laat dit dan ook prominent zien op de pagina's in de checkout. De Bijenkorf doet dit beter dan Hudson's Bay.

- Zorg voor voldoende betaalmogelijkheden. Hudson's Bay doet dit erg slecht door alleen creditcard en iDEAL aan te bieden. De Bijenkorf zou nog een optie voor achteraf betalen kunnen toevoegen. Hoewel het een

bewuste keuze kan zijn om dit niet te doen (lager retourpercentage) wordt dit door veel shoppers gewaardeerd.

10. E-commerce commercieel

Een bezoeker is maar een bezoeker. We willen kopende bezoekers. Hiertoe dienen we de bezoeker te verleiden tot aankoop. En het liefst een aankoop met een hoge order value. Hierna willen we van deze klant een terugkerende klant maken door hem te binden. Hoe gaan beiden hiermee om?

De Bijenkorf

Er zit een goede flow in de cart en de checkout, er gebeuren geen onverwachte dingen.

Geen afleiding in de checkout, footer is verwijderd.

In de cart wordt niet actief aan cross-sell en up-sell gedaan. Dit kan een stuk slimmer waardoor je de waarde in de winkelwagen flink kunt verhogen.

Er is een loyaliteitsprogramma/spaarsysteem aanwezig, namelijk de Bijenkorf Card. Ook is er een Privilege Membership wat recht geeft op altijd gratis verzending en retourneren, toegang tot bijzondere evenementen en acties, stylingadvies en een gepersonaliseerde website en nieuwsbrief. Hiernaast heeft de Bijenkorf nog het ShippingPlus-model waarbij voor 9,95 euro per jaar een heel scala aan gratis bezorgopties en retouropties worden verkregen. Hier is de Bijenkorf echt heel goed bezig, want ondanks dat dit geld kost (logistieke kosten) zal de klant sneller geneigd zijn te blijven shoppen bij de Bijenkorf. Dit programma ShippingPlus zorgt voor deze commitment. Uiteraard wel een beetje afgekeken van [Amazon Prime](#) maar beter goed gejat dan slecht bedacht.

Eigen shopping app ter vergroting van de klantloyaliteit.

Activering verlaten winkelwagen. Ik ontving geen e-mail met het bericht dat mijn winkelwagen nog klaar stond voor betaling. Dat is zonde, want kan alsnog leiden tot een conversie.

Crossborder e-commerce. De Bijenkorf levert alleen in Nederland en België (tevens domeinnaam www.debijenkorf.be). Ik weet niet waarom er niet in de rest van Europa geleverd wordt, het bedrijf lijkt er wel degelijk klaar voor.

Customer feedback. Door het uitvragen van de mening van de bezoeker via de tool van [Mopinion](#) wordt er continu gewerkt aan verbetering van de website.

Hudson's Bay

Er zit geen goede flow in de cart en de checkout, dit kan beter (zie boven eerder besproken).

Geen afleiding in de checkout, footer is verwijderd.

In de cart wordt actief aan cross-sell en up-sell gedaan. Dit kan een stuk slimmer waardoor je de waarde in de winkelwagen flink kunt verhogen.

Er is een loyaliteitsprogramma/spaarsysteem aanwezig, namelijk Club Hudson's Bay. Ook hier een spaarprogramma met de Hudson's Bay Card en de mogelijkheid om de verzendkosten als lid voor altijd af te kopen. Hoewel vrijwel alles in in het model lijkt te zitten, vind ik het minder goed en strak neergezet dan bij de Bijenkorf.

Eigen shopping app ter vergroting van de klantloyaliteit.

Activering verlaten winkelwagen. Ik ontving geen e-mail met het bericht dat mijn winkelwagen nog klaar stond voor betaling. Dat is zonde want kan alsnog leiden tot een conversie.

Crossborder e-commerce. Hudson's Bay levert alleen in Nederland.

Customer feedback. Door het uitvragen van de mening van de bezoeker via de tool van Mopinion wordt er continu gewerkt aan verbetering van de website.

Conclusie

Dit uitgebreide onderzoek heeft veel inzicht gegeven in de verschillen tussen het onlinekanaal van de Bijenkorf en dat van Hudson's Bay. Zaken als design en stijl zijn veelal een kwestie van smaak. Persoonlijk bevalt mij het strakke design van de Bijenkorf beter maar mogelijk vallen de felle kleuren van Hudson's Bay bij anderen beter.

Maar behalve persoonlijke voorkeur, zijn er ook de feiten zoals hierboven in mijn E-commerce Scan weergegeven. Het is duidelijk dat de Bijenkorf haar zaakjes gewoon veel beter voor elkaar heeft. Alle details kloppen, er valt niet veel meer te verbeteren. Hudson's Bay daarentegen heeft nog een hoop punten die beter kunnen. Dan denk ik met name aan de checkout (betalen en bezorgen) en de teksten op de productpagina's. Maar ook diverse andere zaken.

Prijstechnisch zijn er weinig verschillen tussen beiden. Omdat beiden geen eigen merk hebben en alleen merken verkopen, zijn zij veelal gebonden aan de prijsstrategie van het merk. Over het algemeen kan hier weinig mee gedaan worden en zullen hier geen grote verschillen in zitten.

Wat mij betreft heeft de Bijenkorf dit vergelijk met overmacht gewonnen en is zij momenteel terecht de koningin onder de online warenhuizen. Ik zie momenteel geen online warenhuizen die het beter doen en op weg zijn de Bijenkorf in te halen.

Frank Loots