

E-commerce in 2020: de top 10 trends

14-01-2020 14:10



**Door Sabi Tolou
cco bij Sendcloud**

Zeker in e-commerce is het cruciaal om de nieuwste ontwikkelingen te volgen en mee te gaan in trends. Want wie achter de feiten aan loopt, zal het niet redden. Daarom zet ik graag op een rij welke e-commerce trends je kunt verwachten voor 2020. Van augmented reality tot een steeds verder gepersonaliseerde klantervaring. Het nieuwe commerciële tijdperk staat op ons te wachten!

1) Augmented & virtual reality in e-commerce

Augmented en virtual reality zijn geen onbekende begrippen meer in onze maatschappij. Ook in e-commerce vinden deze technologieën steeds meer hun weg. Zo zullen volgens [Gartner](#) volgend jaar zo'n honderd miljoen consumenten online en in winkels aankopen doen met behulp van augmented reality. Voor de consument wordt het dan een stuk makkelijker om te bepalen of een product naar wens zal zijn. Denk aan het proberen van make-up looks, kleding of accessoires. Of het 'proef inrichten' van je huis, iets wat de IKEA Place app al mogelijk maakt.

2) Machine learning en artificial intelligence

Deze technologieën spelen nu al een grote rol in de belangrijkste bedrijfssectoren. Ook de e-commerce sector ontkomt er niet aan. Zo kunnen webshops dankzij machine learning een betere gebruikerservaring creëren

voor hun klanten. Dit gebeurt op basis van verzamelde data zoals eerder gekochte producten, eerder bekeken producten of producten die een andere klant in combinatie met jouw producten heeft aangeschaft.

3) Voice search en de impact op SEO

Een trend waar webshops ook op moeten anticiperen is voice search. Een aantal bedrijven zoals Domino's, Walmart en Lyft hebben hier al serieus werk van gemaakt. Een slimme zet, aangezien onderzoek van [ComsCore](#) laat zien dat in 2020 meer dan vijftig procent van de zoekopdrachten via voice search-technologie zal gaan. Deze ontwikkeling brengt ingrijpende veranderingen met zich mee, waardoor webshops genoodzaakt zijn zich aan te passen. De veranderingen die zoekmachines aankondigen, zijn voornamelijk van invloed op het toepassen van SEO en het design van websites. Google wil namelijk dat de gebruiker bij het toepassen van voice search nog steeds optimaal resultaat krijgt. Om dat te realiseren is het noodzakelijk om de webshop te optimaliseren.

4) 5G en de handel op mobiele apparatuur

Het voornaamste doel in e-commerce is zorgen voor een hoog conversiepercentage. Hiervoor zijn klanten nodig en zij doen hun aankopen tegenwoordig steeds vaker via een mobiele telefoon. Nederlanders zijn zelfs voorlopers op het gebied van mobiel shoppen, zowel Europees als wereldwijd. Waar het aandeel mobiele transacties in Nederland in 2017 nog minder dan de helft betrof (47 procent), steeg het in 2018 naar ruim 53 procent. Dit jaar is het percentage zelfs opgelopen tot 60 procent volgens [SearchEngineLand](#). Deze stijging laat zien dat de 'm-commerce markt' in goede gezondheid verkeert. Volgens [Criteo](#) zal het aandeel alleen nog maar verder groeien. Des te meer reden voor zoekmachines om de nadruk te leggen op het creëren van een mobielvriendelijke website. Bovendien bekijkt de consument veel meer producten via zijn mobiele telefoon dan via een computer, en dat biedt volop kansen! Zeker gezien de opkomst van 5G, waardoor de downloadsnelheid vertienvoudigt. Dankzij 5G kunnen webshops bijvoorbeeld succesvol augmented reality en videocontent aanbieden.

5) Big data in dienst van ultra-personalisatie

Het creëren van marketingcampagnes die aansluiten op de behoefte van de klant wordt steeds belangrijker. E-commerce reuzen zoals Sarenza hebben daarom de hulp ingeschakeld van de start-up [TinyClues](#). Zij helpen hun klanten bij het analyseren van gegevens om hun bezoekers beter te begrijpen. Waarom dat zo belangrijk is? Omdat 45 procent van de consumenten hun aankopen liever doet bij webshops die gepersonaliseerde aanbevelingen geven. Online shoppers zijn ook eerder geneigd om deze sites nog een keer te bezoeken (56 procent). Het is daarbij belangrijk personalisatie op ieder vlak van de customer journey toe te passen. Bijvoorbeeld via advertenties, aanbevelingen in de webshop op basis van de wensenlijst van de consument en na de aankoop door middel van follow-up e-mails.

6) Research Online Purchase Offline (ROPO)

Een nieuw element om in het oog te houden is ROPO, waarbij online zoekopdrachten leiden tot offline aankopen. Van de consumenten die hun telefoon gebruiken voor het zoeken naar fysieke winkels (82 procent), doet vervolgens achttien procent een aankoop binnen 24 uur. Digitale campagnes gaan vanwege de vele contactmomenten die een consument met een merk heeft, een belangrijke rol spelen in het bijstellen van de ROPO-strategie.

7) Blockchain

Consumenten stellen steeds hogere eisen aan bedrijven en willen weten waar producten vandaan komen. De klanttevredenheid zal daarom toenemen wanneer ze inzicht hebben in de hele productieketen. De voedingsindustrie is één van de eerste die de keten inzichtelijk heeft gemaakt via blockchain, een moderne technologie. Het systeem zorgt voor het vastleggen, delen en versleutelen van informatie op een transparante en veilige wijze. Het zal niet lang meer duren voordat andere sectoren, zoals de mode-industrie en de farmacie,

ook gaan starten met blockchain.

8) Virtuele valuta (betaalmethoden)

Waar online betalingen jaren geleden nog ver weg leken vanwege de angst voor fraude, zijn er nu bijna geen mensen meer die nog nooit iets online hebben gekocht. Volgens een onderzoek van [Thuiswinkel](#) koopt zelfs 96 procent van alle Nederlandse consumenten online. In totaal gaven ze maar liefst 23,7 miljard euro uit! Digitale portemonnees, oftewel 'wallets', maken transacties veilig, makkelijk en snel. Het gebruik van betaaldiensten zoals Apple Pay en Android Pay neemt dan ook sterk toe. Deze betaalmethoden zijn ook toepasbaar in de e-commerce wereld. [Facebook](#) heeft begin dit jaar aangekondigd dat het bezig is met het realiseren van een valuta-eenheid voor Whatsapp-gebruikers. Het is nog even wachten voordat we de nieuwe toepassingen daarvoor gaan zien.

9) Chatbots

Via chatbots is het mogelijk om vragen van klanten automatisch te beantwoorden. Daarnaast kan de technologie suggesties geven en vragen stellen. Uit een onderzoek van [Hubspot](#) blijkt dat 47 procent van de consumenten openstaat voor het kopen van producten via chatbots. Het is dus een goede manier om je conversie te verhogen. Daarnaast geeft het informatie over wat je klanten zoeken en wat de meest gestelde vragen zijn. Bedrijven die al gebruikmaken van chatbots zijn bijvoorbeeld H&M, Ebay en Sephora.

10) Robotisering

Alle bovengenoemde trends zorgen ervoor dat e-commerce ook in 2020 blijft groeien. Het slim en snel inrichten van processen via automatisering wordt daarmee steeds belangrijker. Daarnaast vraagt de forse stijging van het aantal online verkopen om creatieve oplossingen wat betreft het capaciteitsprobleem in de logistiek. De oplossing? Robotisering. Denk bijvoorbeeld aan robots die pallets opstapelen, de voorraad inventariseren en zorgen voor een veel snellere verwerking van bestellingen. Daarmee kun je makkelijker blijven voldoen aan de behoefte van de consument: vandaag besteld, morgen in huis.

Het is duidelijk dat in 2020 de kansen voor de e-commerce sector voor het oprapen liggen. Ga echter niet zomaar met alle trends aan de slag. Bekijk waar jij het meest van kunt profiteren en maak van het nieuwe jaar een succes!

Sabi Tolou