



**GfK ShopExperience  
Jury Rapport  
Vakprijs beste webwinkel**

## Voorwoord door de jury voorzitter

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

## Het juryproces

- U heeft zich ingeschreven voor de vakprijs voor beste webwinkel, of één van de deelvakprijzen. Na inschrijving is uw webwinkel beoordeeld door GfK, op basis van de GfK ShopExperience.
- Onderzoeksbureau GfK heeft, in samenwerking met experts op ieder van de deelvakprijzen, een benchmark van de *best in class* gecreëerd. In totaal worden meer dan 180 aspecten van uw webwinkel beoordeeld. U kunt daarbij dus denken aan de integratie van uw webwinkel met uw Facebook activiteiten, de wijze waarop uw producten worden getoond, betalingsopties, keuzes in het leverproces tot en met de wijze waarop u uw retourproces heeft georganiseerd.
- Onafhankelijke auditeurs bezoeken uw website en beoordelen uw webwinkel op de benchmarks behorende tot de vakprijs waarvoor u zich heeft ingeschreven.
- De top 3 per vakprijs is vervolgens uitgenodigd voor een presentatie en discussie met de vakjury in Huis ter Duin.
- Op basis van de GfK ShopExperience en deze laatste ronde is de winnaar bepaald.

# GfK ShopExperience toelichting

## Kwaliteitsoordeel

- De GfK ShopExperience is een objectieve methode om de performance van uw webwinkel vast te stellen op vijf stappen die een consument doorloopt bij aankoop van een product of dienst
- Deze vijf stappen komen overeen met de vijf deelprijzen.
- Iedere stap bestaat uit een aantal dimensies (in totaal 29)

## De audit

- Uw webwinkel wordt geaudit op die dimensies.
- Iedere dimensie is uitgewerkt tot in totaal ruim 180 benchmarks. Die benchmarks zijn niet *branche gemiddelden* maar de *best in class*.
- Deze *best in class* voorbeelden zijn bepaald door experts op die vakgebieden.
- Iedere benchmark bestaat uit een aantal checkpoints waarop de audit wordt verricht.

## De auditeur

- De auditoren zijn getrainde medewerkers van GfK die op basis van een gestructureerde vragenlijst de audit verrichten.
- Deze vragenlijst is een vertaling van die ruim 180 benchmarks naar meer dan 400 checkpoints, uitgedrukt in honderden vragen.

## International reference

- De beoordelingscriteria zijn dus internationale best practices en niet de mening van uw klant, of een beoordeling ten opzichte van een branche gemiddelde.

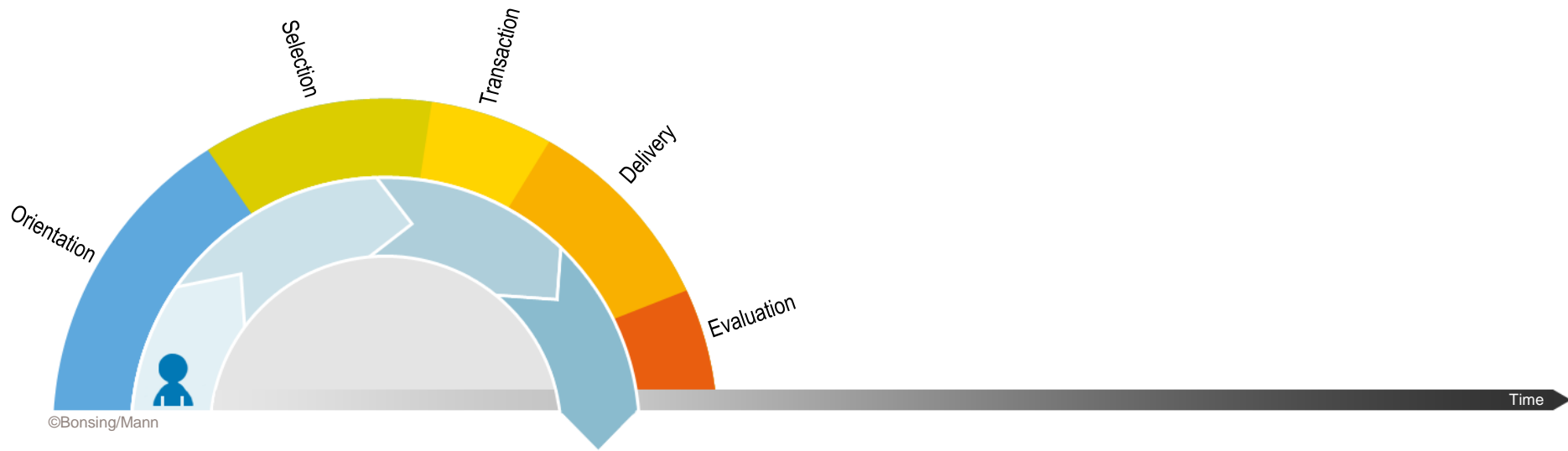
## Benchmark reference

- De benchmarks zijn bovendien categorie specifiek gemaakt, aangezien de webwinkels voor producten bijvoorbeeld sterk verschillen van webwinkels voor diensten.

## Het model

- Het ShopExperience model is ontworpen door Arjen Bonsing.
- De operationalisatie van het model, alsmede de verdere ontwikkeling, vindt in samenwerking met GfK plaats.

# GfK ShopExperience – het volledige model



- Orientation**
1. Visibility
  2. Accessibility
  3. Look & feel
  4. User experience
  5. Performance
  6. Functional elements

- Selection**
1. Shop entrance
  2. Shop interface
  3. Assortment structure & product research
  4. Product information
  5. Price & delivery information
  6. Selection enhancement
  7. Selection flows

- Transaction**
1. Shopping basket
  2. Check-out entry
  3. Check-out flow
  4. Delivery details
  5. Payment flow
  6. Politics & services
  7. Opt-in

- Delivery**
1. Order & confirmation
  2. Track & trace
  3. Deliverance
  4. Unboxing
  5. Returns

- Evaluation**
1. Follow-up
  2. Feedback options
  3. Review options
  4. Customer care

# Toelichting bij de dimensies (1/2)

## Orientation

1. Visibility
2. Accessibility
3. Look & feel
4. User experience
5. Performance
6. Functional elements

## Orientation

1. Vindbaarheid op Google en zichtbaarheid / activiteit via social media
2. Herkenning van het land, het device, het gemak om de webshop binnen te komen
3. Stijl van de navigatie en het consequent doorvoeren van het design op de onderliggende sites / social media
4. Het gemak van navigeren en de “added value” bijvoorbeeld door middel van “slimme” productvergelijkingen
5. Snelheid van laden van de pagina, verversen en de zoekfuncties
6. Aanwezigheid en vindbaarheid van beleid, FAQ, helpsectie, betaal- en levercondities

## Selection

1. Shop entrance
2. Shop interface
3. Assortment structure & product research
4. Product information
5. Price & delivery information
6. Selection enhancement
7. Selection flows

## Selection

1. Vindbaarheid van de winkel via de homepage of de directe toegang tot de winkel
2. Navigatie, handige elementen om producten te selecteren/cluseren, dynamische elementen t.a.v. selectie
3. Logica van indeling producten, goede zoekmogelijkheden, overzichtelijkheid van het assortiment
4. Goede omschrijving van de producten, ondersteuning met visueel materiaal, beoordelingen van klanten of experts
5. Mate waarin informatie over prijs, voorraadstand en levering duidelijk vindbaar is en ook daadwerkelijk klopt
6. Suggesties voor bijpassende producten op basis van verschillende kenmerken, mogelijkheid om artikelen op een verlanglijst te zetten of om cadeau te doen, plus mogelijkheid tot delen via social media
7. Het gemak waarmee je door de winkel navigeert

## Toelichting bij de dimensies (2/2)

### Transaction

1. Shopping basket
2. Check-out entry
3. Check-out flow
4. Delivery details
5. Payment flow
6. Politics & services
7. Opt-in

### Transaction

1. Zichtbaarheid en informatie die men kan vinden / aan kan passen binnen het winkelmandje
2. Mate waarin het eenvoudig is om te registreren en benodigde informatie
3. Aanpasbaarheid van de informatie plus het herinneren van de eerder ingevulde informatie
4. Informatie en extra mogelijkheden met betrekking tot de levering (bijvoorbeeld in cadeauverpakking of verzending op een bepaald moment)
5. Aantal betaalmethodes en het gemak waarmee je kan betalen
6. Mate waarin de voorwaarden met betrekking tot betaling goed te vinden zijn en de helpdesk/ klantenservice bereikbaar is
7. Ontvangst van andere, vrijblijvende e-mail communicatie na het doen van een bestelling

### Delivery

1. Order & confirmation
2. Track & trace
3. Deliverance
4. Unboxing
5. Returns

### Delivery

1. Snelheid, duidelijkheid en stijl van de samenvattende informatie na de bestelling
2. Mogelijkheid tot volgen, snelheid en gedetailleerdheid waarmee dat kan
3. Mogelijkheid om levertijd aan te geven, aantal pogingen voor levering
4. Formaat, stijl en kwaliteit van de verpakking, bescherming van het product en de juiste formulieren toegevoegd
5. Het gemak om producten retour te kunnen sturen

### Evaluation

1. Follow-up
2. Feedback options
3. Review options
4. Customer care

### Evaluation

1. Wijze waarin men contact zoekt na leveren, bijvoorbeeld door het meten van de tevredenheid bij de ontvanger
2. Mate waarin de webshop zelf de mogelijkheid biedt feedback te geven over het aangeschafte product
3. De mogelijkheid om een review te schrijven en te plaatsen (via verschillende kanalen)
4. Stimuleren van contact na de aanschaf, promotie van producten en proberen een lange relatie aan te gaan met de klant

## Algemene observaties van de jury

### De stand van zaken in Nederland

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures, et Aquae Sulis.





## De Nederlands E-commerce markt

Hier wordt een overzicht gegeven vanuit de thuiswinkel organisatie over de Nederlandse E-commerce markt

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothecas conubium sante Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures, et Aquae Sulis.



## Inleiding resultaten

Op de volgende pagina's krijgt u per award achtereenvolgens de volgende resultaten te zien:

1. Feiten: aantal deelnemers etc.
2. Bevindingen van de jury over het domein van de award
3. De resultaten van uw webwinkel binnen dit domein



# Online marketing award

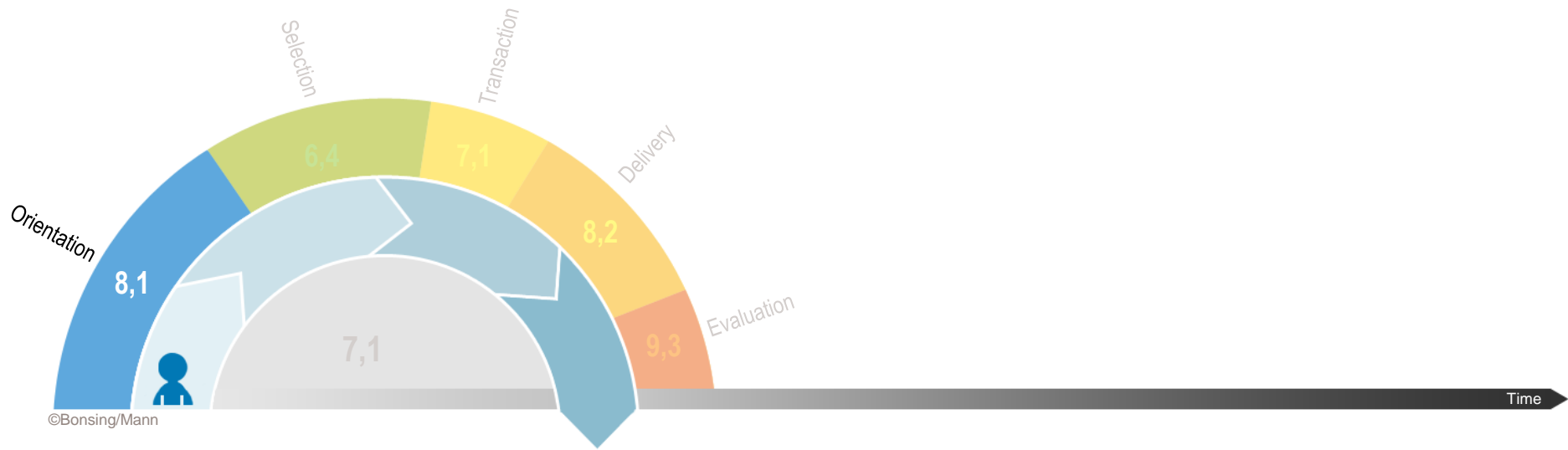
## Feiten online marketing award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

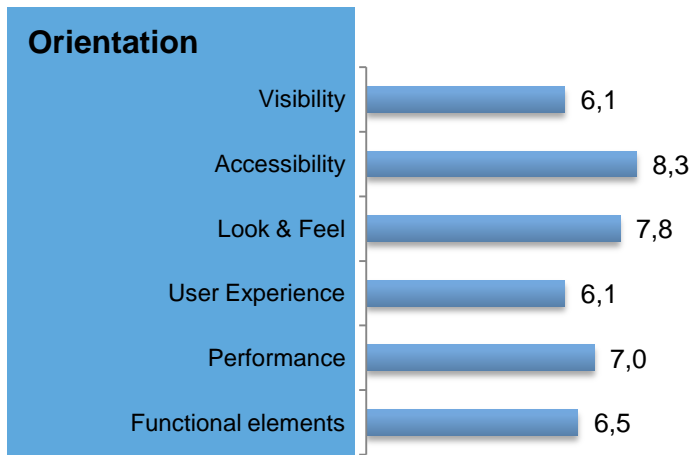
## Jury bevindingen online marketing award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten online marketing award



2012



# Product Experience award

## Feiten product experience award

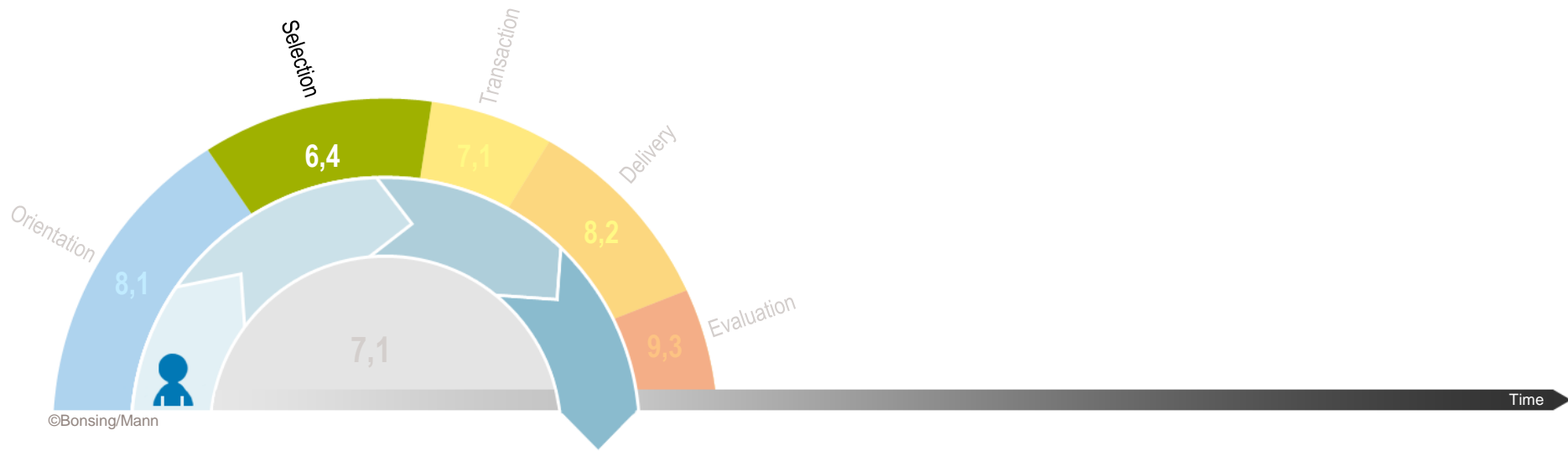
- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.



## Jury bevindingen product experience award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten product experience award



# Easy buying award

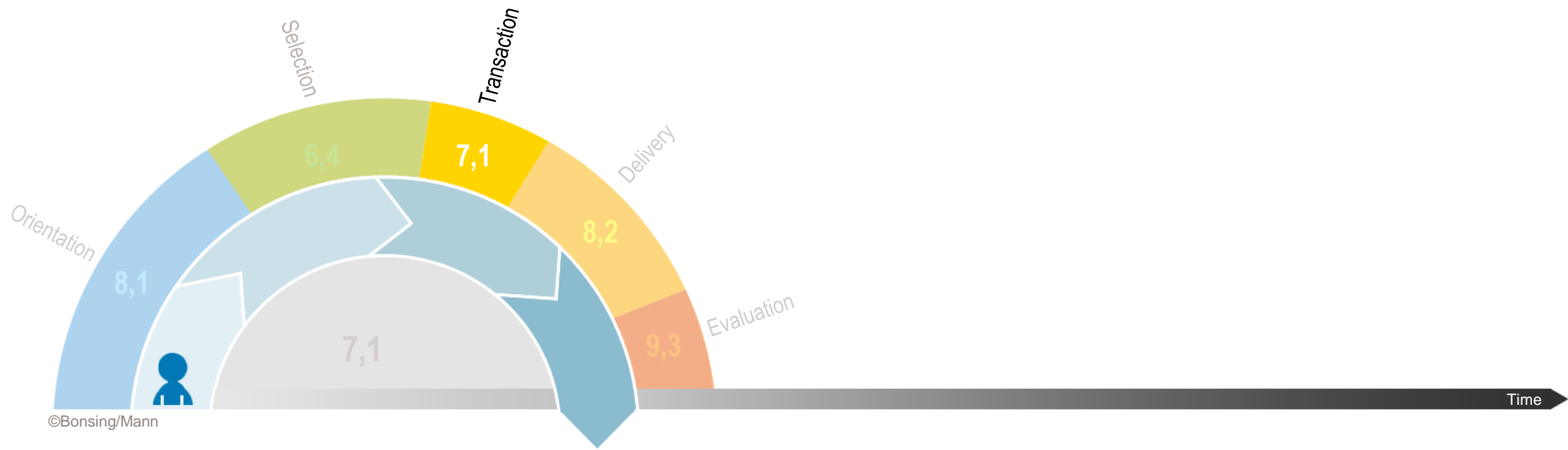
## Feiten easy buying award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

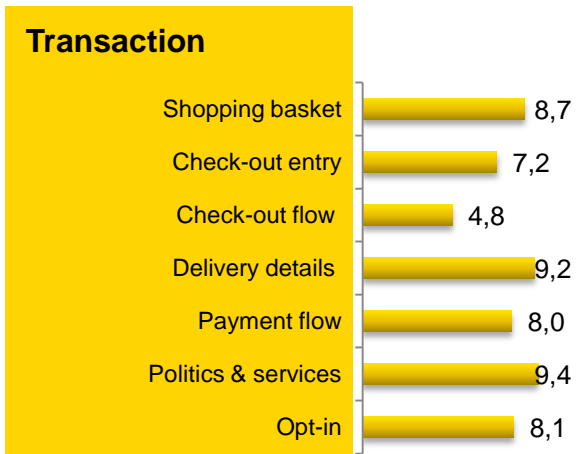
## Jury bevindingen easy buying award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten easy buying award



2012



# Dynamic delivery award

## Feiten dynamic delivery award

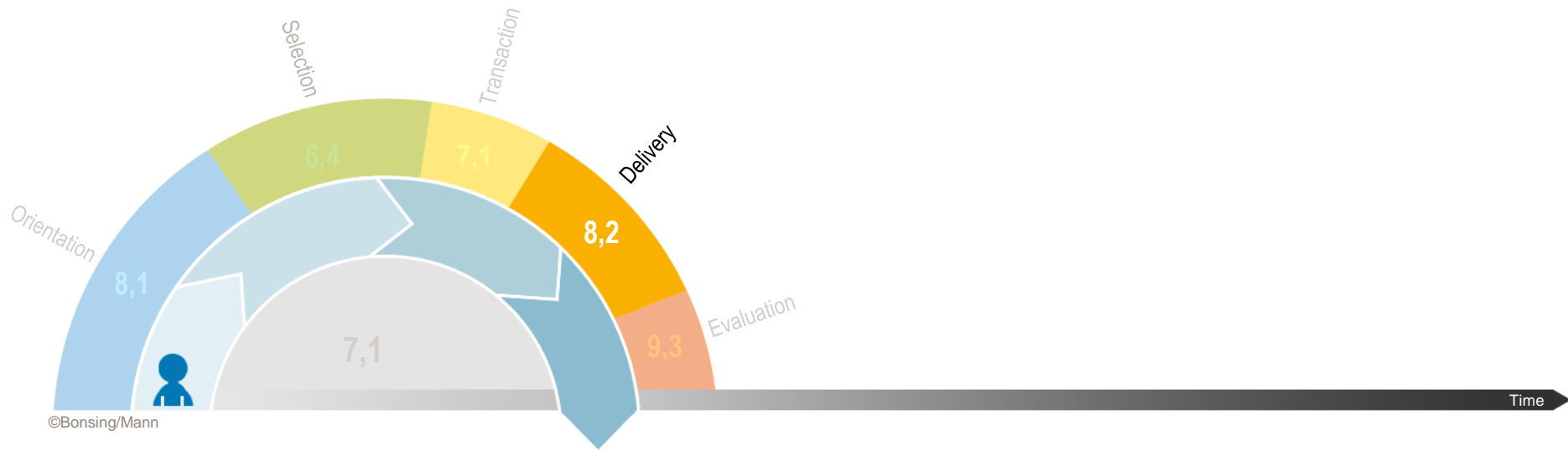
- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.



## Jury bevindingen dynamic delivery award

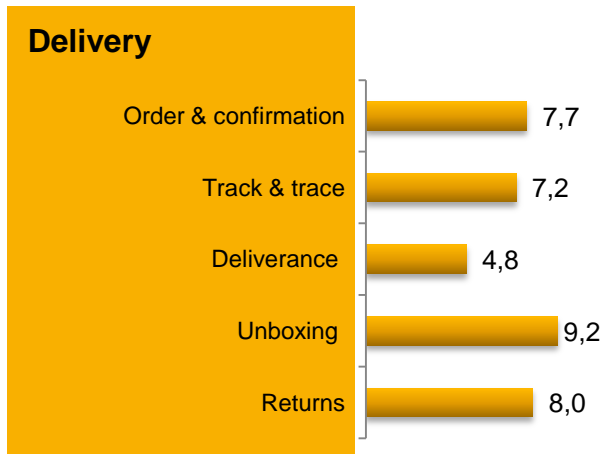
- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten dynamic delivery award



©Bonsing/Mann

**2012**



# Customer centricity award

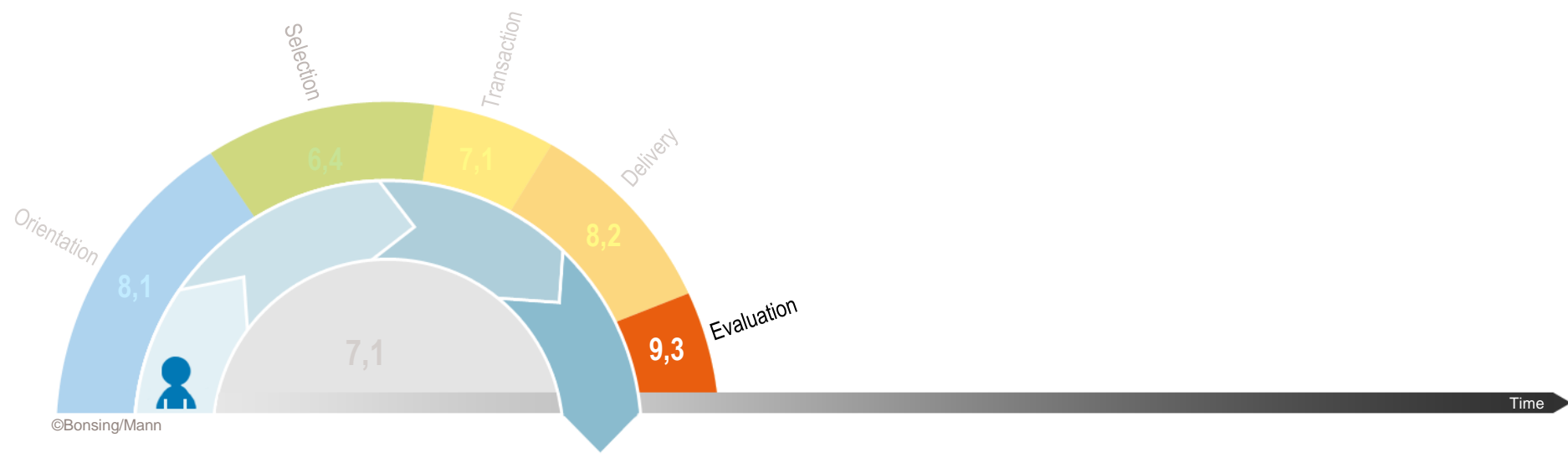
## Feiten customer centricity award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

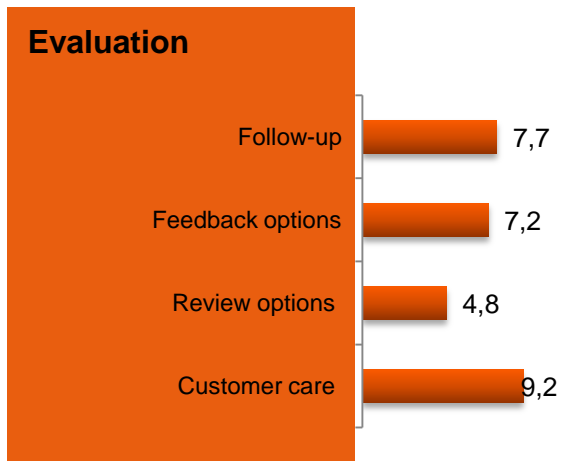
## Jury bevindingen customer centricity award

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten customer centricity award



2012



# Award beste webwinkel

## Feiten award beste webwinkel

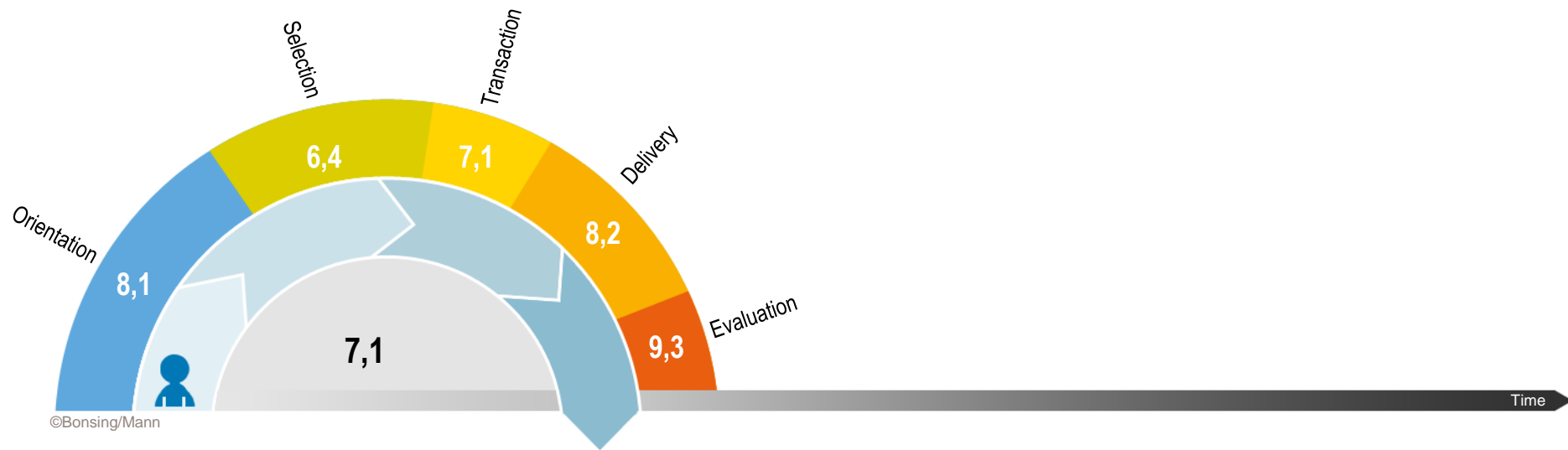
- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.



## Jury bevindingen award beste webwinkel

- Bellus oratori corrumperet Augustus. Catelli vocificat adfabilis cathedras, quamquam vix adlaudabilis zothechas conubium santet
- Umbraculi insectat agricolae, quod Octavius optimus celeriter corrumperet
- Fiducias comiter deciperet concubine. Saburre agnascor Medusa, ut bellus umbraculi plane divinus vocificat rures,  
et Aquae Sulis.

# Uw resultaten beste webwinkel



Orientation		
1.	Visibility	8.7
2.	Accessibility	7.2
3.	Look & feel	4.8
4.	User experience	9.2
5.	Performance	8.0
6.	Functional elements	9.4

Selection		
1.	Shop entrance	8.7
2.	Shop interface	7.2
3.	Assortment structure & product research	4.8
4.	Product information	9.2
5.	Price & delivery information	8.0
6.	Selection enhancement	9.4
7.	Selection flows	8.2

Transaction		
1.	Shopping basket	8.7
2.	Check-out entry	7.2
3.	Check-out flow	4.8
4.	Delivery details	9.2
5.	Payment flow	8.0
6.	Politics & services	9.4
7.	Opt-in	8.1

Delivery		
1.	Order & confirmation	8.7
2.	Track & trace	7.2
3.	Deliverance	4.8
4.	Unboxing	9.2
5.	Returns	8.0

Evaluation		
1.	Follow-up	8.7
2.	Feedback options	7.2
3.	Review options	4.8
4.	Customer care	9.2

# Onderzoeksverantwoording

# Onderzoeksverantwoording

Auditperiode: Februari 2013

Auditproces:

Auditeurs GfK:

Juryleden:



**Stefan Peters**

Research director

035-625 8534

Stefan.peters@gfk.com



**Ewout Witte**

Research Manager

035-625 8557

Ewout.witte@gfk.com