

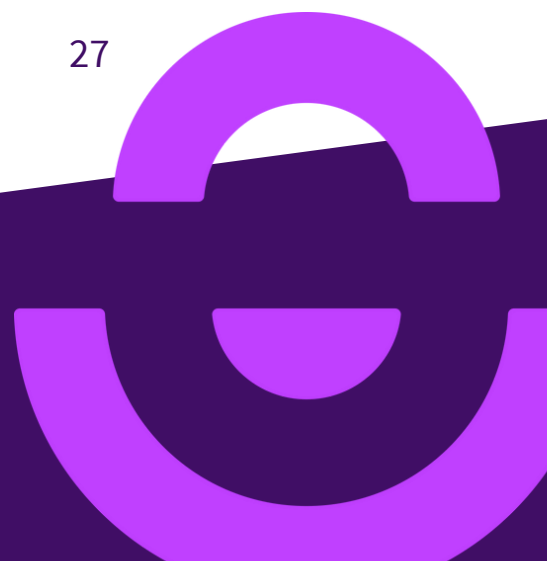
maak een feestje van de feestdagen.

Hét feestdagen handboek voor webshops



inhoud.

Intro	3
Hoofdstuk 1 Steek je webshop in een feestelijk jasje	4
Hoofdstuk 2 Zet nieuwsbrieven in	7
Hoofdstuk 3 Zorg voor zichtbaarheid	10
Hoofdstuk 4 Gebruik kortingscodes	15
Hoofdstuk 5 Zet social media slim in	18
Hoofdstuk 6 De kracht van reviews tijdens de feestdagen	22
Hoofdstuk 7 Hoe ga je om met vertragingen en retouren	24
Hoofdstuk 8 Bied persoonlijke support tijdens de feestmaanden	27



intro.

Voor je ligt hét feestdagen handboek voor webshops. Een hand-out waarmee we je helpen om het meeste uit de drukste periode van het jaar te halen. Want druk zijn deze maanden zeker: al jarenlang worden van oktober tot en met december de meeste orders geplaatst op ons platform.

Elk jaar wordt online shoppen alleen maar groter, dus ook dit jaar zal dit record opnieuw worden gebroken. Ook worden feestdagen zoals Black Friday en Singles Day steeds belangrijker in Nederland. Dit biedt veel kansen en mogelijkheden.

Als webshop eigenaar wil je hier natuurlijk van meeprofiten. Maar hoe zorg je dat je opvalt tussen de grote namen? Het goede nieuws is dat mensen steeds liever shoppen bij originele webshops. Ook heb je zelf veel invloed op de mate van succes. Met behulp van deze gids vertellen we je alles wat je moet weten: van vormgeving tot handige tips voor extra zichtbaarheid.

Samen maken we een feestje van de feestdagen!

1 steek je webshop in een feestelijk jasje.

Het lijkt nog zo ver weg, maar als winkelier kun je niet vroeg genoeg zijn met de voorbereidingen voor de feestdagen. Aan het einde van het jaar trekt iedereen de portemonnee net even wat vaker en daar wil jij als webwinkelier natuurlijk graag van meeprofitieren.

Als eerste kijken we naar de vormgeving van je webshop. Dit is namelijk het eerste wat je bezoekers zien als ze je webshop bezoeken en is in grote mate bepalend of ze in je webshop blijven om iets te kopen of niet. Om je klanten in de feestdagen stemming te brengen, is het belangrijk om je webshop in een feestelijk jasje te steken. Dit kan op veel verschillende manieren.

Algehele look and feel

Om in de feestdagen stemming te komen, is het belangrijk om de algehele look and feel van je webshop hierop aan te passen. Denk aan je logo, header achtergrond, de achtergrond van de webshop, een banner of zelfs een stickertekst om het extra feestelijk te maken. Dit kan een kwestie zijn van wat kleuren aanpassen of nieuwe afbeeldingen in de juiste sfeer maken en plaatsen. Je kunt natuurlijk ook bestaande afbeeldingen bewerken. Bijvoorbeeld door een kerstmuts in je logo te verwerken. Om het helemaal af te maken, raden we je aan om je feest-uitingen ook door te voeren in je nieuwsbrief, je blog en op je social mediakanalen.



Richt speciale product/categoriepagina's in

Maak het je klant extra makkelijk om door je shop te navigeren door speciale product- en categoriepagina's aan te maken voor de feestdagen. Plaats hierin producten die passend zijn bij het onderwerp. Je kunt het zo gek niet bedenken.



[HOME](#)

[ADVENTSKALENDER](#)

[SINT-TIPS](#)

[Losse thee](#)

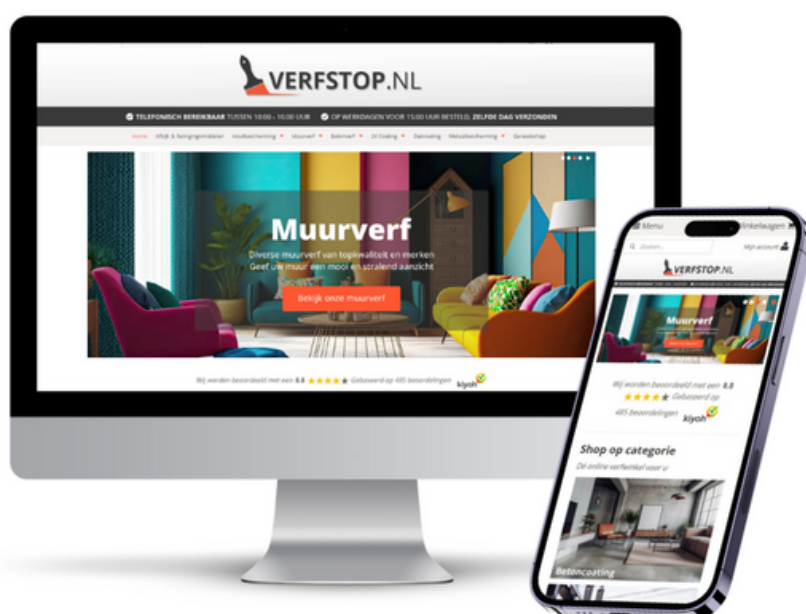
[Thee-accessoires](#)

Maak bijvoorbeeld een speciale 'Black Friday' pagina. Plaats hierop al jouw producten met een actieprijs, zodat klanten in één oogopslag zien voor welke koopjes ze bij jou aan het juiste adres zijn. Of maak een 'Sinterklaas'/surprise' pagina, waarop je alle leuke hebbedingen voor een surprise toont. Om het je klant helemaal gemakkelijk te maken, kun je subpagina's aanmaken op volgorde van prijs, zodat klanten gemakkelijk cadeautjes ter waarde van hun budget kunnen uitkiezen. Andere subcategorieën kunnen natuurlijk ook. Kijk welke opties het best bij jouw doelgroep passen. Voor Kerst en Oud en Nieuw mag een pagina vol glitter en glamour niet ontbreken. Van feestelijke versieringen tot kleding met glitters, plaats het vooral op deze pagina.

Lees ook: [Goede categorie- en productpagina's maken doe je zo.](#)

Optimaliseer je winkel voor mobiel

Verschillende onderzoeken wijzen uit dat steeds meer aankopen via mobiel worden gedaan. In 2023 al 290% meer dan in 2018. En ook de aankomende jaren zal deze trend zich verder voortzetten. Daarom is het belangrijk dat je bezoekers jouw webshop goed op hun mobiel kunnen bekijken. Heb je een webshop bij Mijnwebwinkel? Dan is je webshop standaard volledig responsive!



Artikelweergave

Het liefst toon je al je artikelen in één keer, maar op een mobiel scherm is dat lastig. Dus moet je keuzes maken. Je kunt hiermee stoeien door het aantal artikelen dat per pagina wordt getoond aan te passen. Zo zijn alle artikelweergaven die je kunt kiezen onderverdeeld in twee soorten: weergave met kleine afbeeldingen en weergave met grote afbeeldingen.

In het menu [Artikelinstellingen](#) kun je kiezen hoeveel kolommen en rijen er bij de twee soorten getoond worden. Op mobiel wordt dit standaard geschaald naar één kolom.

2 zet nieuwsbrieven in.

In de top 3 van de belangrijkste online kanalen vind je e-mailmarketing. Het zal je dan waarschijnlijk niet verbazen dat het een must is om nieuwsbrieven te versturen tijdens de feestdagen. E-mailmarketing wordt vaak gebruikt voor het realiseren van extra traffic naar de webshop om verkopen te stimuleren. Het is dus een goed idee om nieuwsbrieven te versturen met jouw feestdagen aanbiedingen (alleen beschikbaar voor Pro en Premium).

Klinkt leuk zo'n nieuwsbrief, maar naar wie stuur je die? Geen zorgen, Mijnwebwinkel helpt je daar graag mee! Maak eenvoudig een knop waarmee jouw bezoekers (je potentiële klanten!) zich direct kunnen aanmelden voor jouw nieuwsbrief. Dit kan via instellingen / vormgeving / indeling. Versleep het element 'Nieuwsbrief' naar de gewenste positie. Meestal is dit in je footer. Bezoekers kunnen zich via deze button aanmelden voor je nieuwsbrief en komen vervolgens automatisch in je mailinglijst terecht. Deze inschrijvingen vind je terug via marketing / nieuwsbrief / aanmeldingen.



Aanmeldingen verkrijgen

Om te zorgen dat mensen zich voor jouw nieuwsbrief aanmelden, kun je de aanmeldlink delen via je sociale media kanalen. Volgers zullen eerder geneigd zijn om zich aan te melden voor jouw nieuwsbrief, omdat ze al bekend zijn met jouw bedrijf.

Tip: Mensen zijn eerder geneigd zich aan te melden voor een nieuwsbrief als zij hier iets voor terugkrijgen. Zet bijvoorbeeld een call-to-action bij de aanmeldbutton. "Schrijf je in voor de nieuwsbrief en profiteer van 10% korting op jouw volgende bestelling"

Schrijftips voor een goede nieuwsbrief

E-mailadressen verzamelt? Schrijven maar! Mijnwebwinkel beschikt over een ingebouwde nieuwsbrief module, waarmee je nieuwsbrieven kunt maken en versturen. We hebben een paar tips voor je op een rijtje gezet om binnen no-time een leuke nieuwsbrief in elkaar te zetten:

- ✔ **60% van de nieuwsbrieven wordt geopend op een telefoon.** Zorg dus voor niet te lange stukken tekst en voeg afbeeldingen toe zodat de lezer in één oogopslag kan zien wat jij wil vertellen.

- ✓ **Voer je huisstijl door.** Klanten herkennen bij het openen van de e-mail jouw shop en zullen eerder geneigd zijn om de e-mail te lezen. Dit kan je doen door een header met logo aan de nieuwsbrief toe te voegen. Dit kan via vormgeving / e-mail afbeeldingen. Heb jij, zoals in hoofdstuk 1 vermeld, jouw webshop in de feestdagen sfeer vormgegeven? Laat dezelfde sfeer dan ook terugkomen in de header van jouw nieuwsbrief!
- ✓ **Zorg voor een pakkende titel.** Je wil niet dat jouw nieuwsbrief verdwijnt tussen alle e-mails die iemand op een dag binnenkrijgt. De titel is van essentieel belang om de aandacht te grijpen. Voeg een actie toe in de titel om interesse te wekken. Bijvoorbeeld: “Feestdagen korting, alleen vandaag 25% korting op het gehele assortiment!”
- ✓ **Maak de nieuwsbrief persoonlijk.** Ook deze optie zit in de nieuwsbriefmodule. Gebruik %naam%, in de titel of tekst van de e-mail en borduur voort op de titel.
- ✓ **Verstuur op het juiste moment.** Plan je nieuwsbrief op het juiste moment in zodat de inhoud ook aansluit op de planning van de lezer. Een nieuwsbrief met tips voor pakjesavond kan je best een aantal weken van tevoren versturen, zodat de lezer ruim de tijd heeft om te shoppen. Een nieuwsbrief met een Black Friday kortingscode kan je dan juist weer het best op de dag van de korting zelf sturen of een dag hiervoor. Stem het moment van versturen dus goed af op de inhoud van de nieuwsbrief.

3 zorg voor zichtbaarheid.

Zo, je vormgeving is gereed en je nieuwsbrieven staan klaar. Nu wil je natuurlijk ook dat klanten je shop weten te vinden. Dit bereik je door jouw shop te voorzien van goede teksten met relevante zoekwoorden: je gaat je shop optimaliseren voor de zoekmachines. Dit wordt SEO genoemd. SEO is ontzettend belangrijk voor je shop. We bespreken een aantal handige tips om hoger te komen in de zoekresultaten om jouw laatste maanden van het jaar succesvoller te maken.

In het kort: wat is SEO? Verkoop je Roze Adidas Sneakers Model X? Dan wil je bovenaan in Google staan als iemand naar dit product zoekt. Je webshop hiervoor optimaliseren heet SEO: Search Engine Optimization. SEO bestaat uit veel onderdelen, maar wij focussen ons vandaag op on-page SEO: je teksten en zoekwoorden.

Doe een zoekwoordenonderzoek

Om te beginnen is het belangrijk om een zoekwoordenonderzoek te doen. Lukraak wat tekst in je webshop plaatsen is geen goed idee, want online is er veel concurrentie. Het is dus goed om na te denken over de zoekwoorden: de woorden die jouw (potentiële) klant intypt in zoekmachines als Google. Er zijn verschillende tools om een zoekwoordenonderzoek te houden. Denk bijvoorbeeld aan Ubersuggest. Hiermee achterhaal je hoe goed jouw zoekwoord is.

Je ziet hoe vaak er op dat woord wordt gezocht en wat de SEO moeilijkheid is. In het voorbeeld hieronder zie je dat Black Friday een hoog zoekvolume heeft en een hoge SEO moeilijkheid, wat betekent dat je veel concurrentie hebt.



Long tail vs short tail zoekwoorden

Een zoekwoord is het woord wat iemand intypt in de zoekmachines. Een algemeen, breed zoekwoord noemt men een 'short tail zoekwoord'. Bijvoorbeeld Black Friday. Het zoekwoord Black Friday heeft een hoog zoekvolume, maar ook een hoog concurrentieniveau. Je kunt het zoekwoord Black Friday specifieker maken. Je maakt er dan een 'long tail zoekwoord' van. Een long tail zoekwoord bevat meerdere woorden en is dus specifieker. Een long tail zoekwoord van Black Friday kan zijn: Zwarte sportlegging dames Black Friday.

Het inzetten van long tail zoekwoorden biedt veel mogelijkheden. Zoals gezegd heeft een algemeen zoekwoord veel concurrentie. Door long tail zoekwoorden aan te bieden vergroot je de kans om gevonden te worden met het product waar naar diegene op zoek is.

Voorbeelden van long- en short tail zoekwoorden:

- Short tail: Broek
- Long tail: Zwarte slim fit broek
- Short tail: Sneakers
- Long tail: Lage Nike sneakers

On-page SEO

Als je jouw zoekwoorden hebt bepaald, is het zaak om ze toe te passen in je shop. Er zijn vijf belangrijke plekken waar je zoekwoorden in ieder geval naar voren moet komen voor een goede ranking in Google.

- ✓ Paginatitel
- ✓ URL (van de pagina)
- ✓ H1 heading (pagina-/ producttitel)
- ✓ (Product)omschrijving
- ✓ (Product)afbeelding



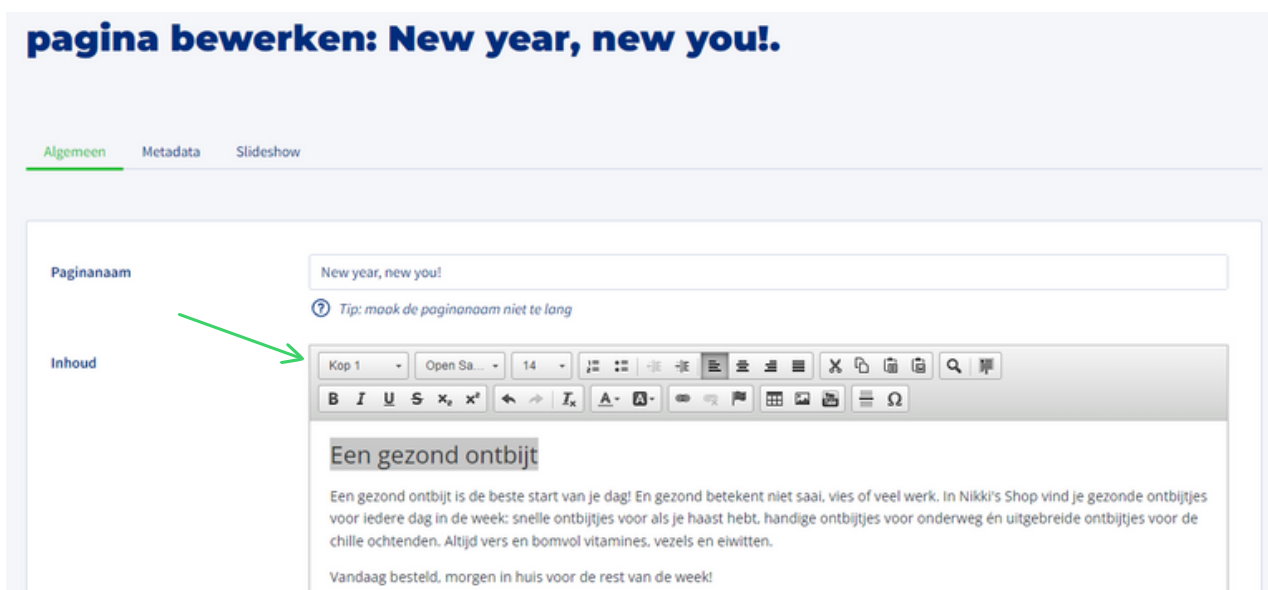
Hierboven zie je een voorbeeld hoe Wehkamp on-page SEO toepast. Deze pagina is geoptimaliseerd voor het zoekwoord Kinderen.

Pagina titel & URL

Bij zowel het toevoegen van een nieuwe pagina als een nieuw product moet je een naam invullen. Dit is de paginatitel en deze term wordt ook automatisch in de URL geplaatst. Twee vliegen in één klap, altijd fijn!

H1 heading

Je moet aan Google duidelijk maken wat jij ziet als H1 tekst. Dit doe je door de titel te markeren en deze de opmaak Kop1 mee geven. In de afbeelding hieronder zie je dat er een voorbeeldpagina genaamd 'New year, new you' is aangemaakt. Dit komt terug in de titel en de URL. In de editor zie je een eerste zin. Deze is gemarkeerd en heeft de opmaak Kop1 meegekregen. In deze tekst komt het zoekwoord On-page SEO ook weer terug.



The screenshot shows a CMS editor interface with the following elements:

- Page Title:** A text input field containing "New year, new you!".
- Tip:** A small icon with a question mark and the text "Tip: maak de paginanaam niet te lang".
- Content Editor:** A rich text editor with a toolbar containing icons for bold, italic, underline, strikethrough, text color, background color, bulleted list, numbered list, link, unlink, undo, redo, and search. The text "Een gezond ontbijt" is selected and formatted as H1 (Kop 1).
- Text:** Below the heading, there is a paragraph of text: "Een gezond ontbijt is de beste start van je dag! En gezond betekent niet saai, vies of veel werk. In Nikki's Shop vind je gezonde ontbijtjes voor iedere dag in de week: snelle ontbijtjes voor als je haast hebt, handige ontbijtjes voor onderweg én uitgebreide ontbijtjes voor de chillie ochtenden. Altijd vers en bomvol vitamines, vezels en eiwitten. Vandaag besteld, morgen in huis voor de rest van de week!"

On-page SEO toepassen in de (product)omschrijving

Zoals je in het voorbeeld van Wehkamp op pagina 12 ziet (groen gemarkeerd), komt het zoekwoord kinderen overal terug. In combinatie met andere woorden (long-tail) en los als zoekwoord (short-tail). Dit doe je ook met jouw eigen geschreven teksten. Laat je zoekwoorden in een logische en goed geschreven tekst terugkomen. Dit vinden de zoekmachines alleen maar fijn.

Lees ook: [Zo schrijf je de perfecte productomschrijving.](#)

Verwerk je zoekwoorden in de afbeelding

Hiermee bedoelen we niet dat je in de afbeelding zelf het zoekwoord moet plaatsen, maar als alt-tekst. Afbeeldingen zelf zijn niet te lezen door Google en andere zoekmachines. Je moet de zoekmachines dus een handje helpen door er tekst aan toe te voegen. Dat doe je met de Alt-tekst. Je voegt de Alt-tekst toe bij het plaatsen van de afbeelding op een pagina. In de pop-up die je ziet, zie je een tekstveld Alternatieve tekst. Daar vul je de titel van de afbeelding in, uiteraard weer met jouw zoekwoord. Zo weet Google waar de afbeelding en dus de pagina over gaat, wat goed is voor je ranking. En je hebt kans dat bezoekers je via de afbeelding vinden als ze zoeken via Google Afbeeldingen. Win-win dus!

Als je op deze manier je SEO toepast voor de feestdagen, heb je een goede basis voor een hoog resultaat in de zoekmachines.



4 gebruik kortingscodes.

Sinds enkele jaren is het Amerikaanse fenomeen Black Friday overgewaaid naar Nederland. De dag dat iedereen zijn aankopen voor de feestdagen in huis haalt. Black Friday wordt inmiddels dankbaar benut door vele Nederlandse offline en online winkeliers. Veel winkeliers verlagen hun prijzen tijdelijk om de vele koopjesjagers naar hun (web)winkel te lokken. Dit gebeurt vaak niet alleen op de vrijdag maar wordt vaak uitgesmeerd over meerdere dagen. Zo is ook Cyber Monday ontstaan: de maandag na Black Friday. Dit is voor jou als webwinkelier natuurlijk een buitenkans om extra veel producten te verkopen! We leggen uit op welke manieren je het beste kortingen in kunt zetten.

Kortingscodes

Er zijn verschillende soorten kortingen die je kunt gebruiken in je webshop. Je kunt namelijk een vast bedrag, een procentuele korting én een korting op de verzendkosten geven. Ook kun je bepalen vanaf welk bedrag een shopper korting krijgt, op welke artikelen de shopper korting krijgt en in welke periode de korting geldig is. Een kortingscode aanmaken? Ga in de beheeromgeving van je winkel naar marketing / kortingscodes en klik vervolgens op 'Nieuwe kortingscode toevoegen' (alleen beschikbaar voor Pro en Premium).

Tips voor het gebruik van kortingscodes tijdens de feestdagen:

- ✓ **Pas de standaardtekst aan.** Wanneer je een kortingscode gebruikt kun je de term aanpassen naar een toepasselijkere naam. Tijdens de feestdagen kun je de kortingscode bijvoorbeeld aanpassen naar de naam van de feestdag. Een voorbeeld van zo'n kortingscode is: 'kerst2023'.
- ✓ **Zorg voor een duidelijke aankondiging.** Wanneer je een kortingscode gaat gebruiken, zorg er dan voor dat je de code duidelijk communiceert. Gebruik al je kanalen om de kortingscode aan te kondigen, zodat de code bekend is bij je doelgroep en daadwerkelijk gebruikt gaat worden.
- ✓ **Test de code uit.** Om teleurstelling te voorkomen, is het verstandig om de code voor de aankondiging zelf even uit te testen. Als alles werkt zoals het hoort te werken, kun je de code communiceren naar je klanten.

Pop-up met korting

Met onze partner [Shopboost](#) kun je jouw verkopen letterlijk boosten door middel van een popup. Bied je twijfelende of vergelijkende bezoeker een verrassing. Denk hierbij aan een korting, extra service of advies, een gratis product of gratis verzending.

Start gratis met 30 verrassingen. Daarna kost Shopboost €29,95 p/m.

Actieprijzen instellen

Je kunt er ook voor kiezen om actieprijzen in te stellen bij bepaalde producten. Op die manier krijgt de klant al korting, zonder een kortingscode in te hoeven voeren. Bij deze producten kun je een stickertekst plaatsen, waaruit duidelijk blijkt tot wanneer de actie geldig is, zoals 'Alleen vandaag', 'Tijdelijke aanbieding', 'Zolang de voorraad strekt'. Zo creëer je urgentie en is de kans groter dat de order geplaatst wordt.

Gratis verzending

Wil je liever geen korting geven? Bijna tweederde van de mensen die online aankopen doen, zegt dat ze hun bestelling afbreken zodra ze erachter komen dat er verzendkosten worden berekend. Het gratis aanbieden van de verzending wordt door klanten steeds normaler gevonden en is dan ook heel belangrijk voor een hoge conversie. Wil je een hogere omzet tijdens de feestdagen? Overweeg dan eens (tijdelijk) gratis verzending aan te bieden, bijvoorbeeld bij een bestelling vanaf een bepaald bedrag.

Lees [hier](#) je hoe je 'gratis verzenden vanaf' instelt



5 zet social media slim in.

Het inzetten van social media is van groot belang in de aanloop naar de feestdagen toe, maar ook tijdens de feestdagen. In dit hoofdstuk vertellen we jou hoe jij social media kanalen inzet om nog meer uit de feestdagen te halen!

Instagram

Een van de grootste kanalen in Nederland is Instagram. Voor veel ondernemers is dit dus het perfecte kanaal om in contact te komen met hun doelgroep. Wist je dat 55% van de consumenten een positiever beeld heeft van bedrijven die interactie hebben met hun volgers via social media? Speel hier dus zeker op in! Met deze Instagram tips bereid jij je voor op de feestdagen:

- Maak gebruik van een **poll of vragensticker** in een Instagram story. Vraag volgers bijvoorbeeld naar hun favoriete product of laat ze stemmen door middel van een poll. Zo weet jij welke producten voorbij moeten komen in een kortingsactie en speel je in op de wensen van de klant.
- Speel in op feestdagen met passende content. Bereid **leuke content** voor om te plaatsen tijdens feestdagen.

Tip: Download gratis de [Mijnwebwinkel contentkalender](#).

- Zorg voor **interactie met volgers**. Een grote kans dat jouw producten dit jaar ergens ingepakt onder een kerstboom liggen om iemand blij te maken. En wie weet deelt deze persoon zijn cadeau's vervolgens online. Houd berichten in de gaten waarin jij wordt getagd en plaats een leuke reactie! Dit draagt weer bij aan een positieve associatie voor jouw bedrijf. Ook kun je de foto's weer delen op je eigen profiel. Niks is sterker dan *user generated content*.
- **Giveaway time**. De feestmaanden zijn het uitgelezen moment om een winactie te organiseren. Het beste is om deze winactie net iets voor de feestdagen te houden. Volgers die dan net buiten de prijzen vallen, hebben al wel kennis gemaakt met jouw bedrijf. De kans dat een van jouw producten op een verlanglijstje eindigt wordt hiermee vergroot!
- Maak gebruik van **Instagram Shopping**. Met Instagram Shopping inspireer je je volgers en tegelijkertijd zorg je ervoor dat ze je product gemakkelijk in huis kunnen halen. Met Instagram Shopping kun je namelijk producten in je Instagram posts taggen, waardoor je volger met één klik rechtstreeks bij het product op je webshop terecht komt. Super smooth dus!

Lees meer over Instagram Shopping en kom erachter hoe jij het activeert op jouw Instagram.

Facebook

Naast Instagram is ook Facebook nog steeds een veel gebruikt platform in Nederland, zeker onder de doelgroep 40+.

- **Plaats linkjes naar jouw webshop.** Het voordeel van Facebook is dat je linkjes kan plaatsen in een tekst. Heb jij een leuke feestdagen 'hoek' ingericht in jouw webshop of wil je dat volgers zich aanmelden voor de nieuwsbrief? Doorlinken maar!
- **Zorg voor 'deelbare' content.** Facebook is de plek om 'viraal' te gaan binnen jouw doelgroep. Dit komt door de deel- en tag functie. Plaats eens een grappig filmpje of een herkenbare foto die inspeelt op de feestdagen. Zorg ervoor dat de content past bij jouw doelgroep. Zo zullen zij eerder vrienden taggen of het bericht delen.

Pinterest

Tot slot is Pinterest een goede tool om in te zetten tijdens de feestdagen. Maar liefst 8 op de 10 Pinterest gebruikers bezoekt de website of app met de intentie om te gaan kopen. Voor jou als webwinkelier dus zeker de moeite waard!

- **Inspiratie delen.** In Pinterest kun je enkel visuele content delen. Perfect wanneer je andere wil inspireren met jouw producten. Maak borden aan met tips voor de feestdagen, sfeerbeelden van jouw kantoor en deel productfoto's.

Tip: Lees het blog ['Boost je verkopen met Pinterest'](#)

- **Zichtbaarheid verhogen.** Pinterest is het enige social media kanaal dat door Google wordt meegenomen in zoekresultaten. Maak jij een Pinterest bord met de titel: “feestdagen tips voor meisjes” en plak jij hier de link van jouw webshop onder? Dan ziet Google elke pin (opgeslagen bericht door Pinterest gebruiker) als individuele verwijzingen naar jouw webshop. Super goed voor de vindbaarheid van jouw webshop binnen Google dus!

Tip: Zet een uitgebreide omschrijving met wat er op de afbeelding zichtbaar is bij elke post. Zo komt jouw post bij verschillende zoekwoorden naar voren.

Social ads

Social media is natuurlijk een perfect kanaal om te adverteren vóór en tijdens de feestdagen. Doe dit slim. Zie je bijvoorbeeld dat de verkoop van een bepaald product via de desktop beter loopt dan via mobiel, of juist andersom? Stem je marketing hier dan op af. Adverteer je bijvoorbeeld binnen Google of op Facebook, dan kun je je advertenties specifiek op mobiele bezoekers richten of deze juist uitsluiten. Stem je advertentiebudget hier op af, zodat je het maximale uit je investering haalt.

● Plaatsingen bewerken

Door plaatsingen te verwijderen, kan het aantal mensen dat je bereikt afnemen en is het mogelijk dat je je doelen niet behaalt. [Meer informatie.](#)

Apparaattypen	Alle apparaten (aanbevolen) ▾	
Platforms	✓ Alle apparaten (aanbevolen)	<input type="checkbox"/>
	Alleen mobiel	<input type="checkbox"/>
	Alleen op computers	<input checked="" type="checkbox"/>
	Audience Network	<input checked="" type="checkbox"/>

6 de kracht van reviews tijdens de feestdagen.

Reviews zijn altijd een krachtig middel voor je webshop. Niet alleen is het goed om reviews te hebben tijdens de feestdagen (want bezoekers zien dat ze bij jou aan het goede, betrouwbare adres zijn). Andersom zijn de feestdagen ook het perfecte moment om extra reviews te verkrijgen.

Reviews: de voordelen

Het belang van reviews valt niet te onderschatten. Met reviews verhoog je de betrouwbaarheid van je webshop, maar het helpt je ook om feedback te ontvangen over je aankoopproces. De feestdagen bieden een uitgelezen kans om van veel (nieuwe) klanten een beoordeling over hun aankopen te ontvangen.

Positieve en negatieve reviews

Nu steeds meer mensen online shoppen, neemt het volume van reviews enorm toe. Ook die van kritische reviews. Onderschat de waarde van deze negatieve reviews niet en ga hier op een vriendelijke en klantgerichte manier mee om. Juist als je af en toe een wat mindere positieve review krijgt, benadrukt dit de echtheid van de beoordelingen. De 'sweetspot' van reviews ligt bij een score tussen de 4.2 en de 4.5 (uit 5). Een hogere score kan zelfs averechts werken en je verkopen laten dalen. De consument vraagt zich dan namelijk af hoe betrouwbaar de reviews zijn.

Hoe ga je om met negatieve reviews?

Het mag dan niet erg zijn om af en toe een negatieve review te ontvangen, je moet hier natuurlijk wel op een goede manier mee omgaan. Maak review management dan ook een onderdeel van je klantenservice. Laat zien dat je klachten serieus neemt en dat je er wat aan doet om het probleem op te lossen. Je klant voelt zich gehoord en daarmee kun je een negatieve ervaring zelfs ombuigen naar een positieve ervaring. Uit onderzoek blijkt dat 95% van je ontevreden klanten zal terugkeren naar je site als je hun probleem snel en effectief oplost. Bovendien geven klachten die je via reviews ontvangt goed zicht op of je wijzigingen moet doorvoeren in bijvoorbeeld je assortiment, website of het bezorgproces. Blijf dus ondanks de drukte scherp op het verhelpen van klachten tijdens de feestdagen.

Reviews verzamelen

Er zijn diverse onafhankelijke review partijen waarmee je reviews kunt verzamelen. Ben hierin proactief. Stuur iedere klant na de aankoop een mail met het verzoek om een beoordeling achter te laten. Ontvang je een mail van een enthousiaste klant? Bedank diegene en vraag of ze het compliment ook als review willen plaatsen, zodat je andere sitebezoekers hem kunnen zien. Op die manier verzamel je, vooral tijdens de feestdagen, gemakkelijk reviews.

Bekijk hier al onze [reviewpartijen](#).



7 hoe ga je om met vertragingen en retouren?

Door de grote hoeveelheid pakketjes die verstuurd worden tijdens het einde van het jaar, kan het zijn dat bestellingen vertraging opleveren. Gelukkig zijn er een aantal dingen die je kunt doen om je zo goed mogelijk op deze piek voor te bereiden en vertragingen en retouren te voorkomen.

1. Stimuleer je klanten om op tijd te bestellen

Hoe eerder je jouw pakketten aanlevert bij jouw verzendpartij, hoe groter de kans dat cadeaus op tijd worden bezorgd. Door je klanten te stimuleren om eerder hun feestdagen bestellingen te plaatsen, kun je de gewenste bezorging beter garanderen. Werk bijvoorbeeld met een uiterlijke besteldatum en communiceer deze datum via je webshop, nieuwsbrief en social media kanalen. Check ook even de website van jouw verzendpartij voor extra info rondom de feestdagen.

2. Zorg voor voldoende voorraad verpakkingen

Het zou zonde zijn als je bestellingen vertraging oplopen, omdat je onverwacht snel door je verpakkingen heen bent. Wees daarom verstandig en zorg dat je genoeg verpakkingen op voorraad hebt voor de feestperiode.

3. Pak je producten goed in

Voorkom mogelijke vertraging en/of schade door de juiste verpakkingen te kiezen. Onze verzendpartner MyParcel geeft de volgende tips:

- Verpak producten tot 10 kg in een enkel laags kartonnen doos
- Wanneer je dozen hergebruikt (goed voor het milieu én goedkoper) zorg er dan voor dat er geen oude stickers of barcodes zichtbaar zijn. Zo voorkom je verwarringen met afleveradressen
- Zorg dat je pakket geen scherpe hoeken heeft om beschadiging van andere pakketten te voorkomen.
- Gebruik geen touw, draad of tape om meerdere pakketten aan elkaar te bevestigen
- Artikelen zoals glas, aardewerk, etc. dienen in een 7 millimeter dubbelgolfkarton doos, van het type BC, verstuurd te worden

4. Bied flexibele bezorgopties

Juist met de feestdagen vinden mensen het belangrijk om zelf te kunnen bepalen waar en wanneer ze het pakket willen laten bezorgen. Flexibele bezorgopties zorgen hiervoor. Niet alleen vergroot dit de kans op een succesvolle bezorging, ook werkt het aanbieden van de populaire bezorgopties conversieverhogend.

Kies voor jouw Pro of Premium shop uit de populaire bezorgopties 'Bezorgmomenten' of 'Afhalen bij een PostNL locatie'.*

Verzending

<input checked="" type="radio"/> Afhalen bij een PostNL locatie		€ 5,95
Vul je postcode en huisnummer in en kies je afhaalpunt.		
<input type="text" value="Postcode"/>	<input type="text" value="Huisnummer"/>	<input type="button" value="Q"/>
<input type="radio"/> Nederland		€ 3,95

5. Verzeker kostbare pakketten

Verkoop je producten met een hoge waarde? Verzeker jouw pakket dan tegen schade of verlies. Je kunt hierbij zelf bepalen tot welke waarde je een pakket wilt verzekeren. Dit kan al vanaf € 0,60. Gebruik je MyParcel? Dan kun je ‘Verzekerd verzenden’ eenvoudig aanvinken vanuit je winkelbeheer (klik op de order en ga naar ‘Aangepaste zending’). Verzend je via een andere partij? Kijk dan in het verzendportaal hoe je verzekerd verzenden aan kunt bieden.

6. Bekijk of je producten in het buitenland zijn toegestaan

Verstuur je in de eindejaarsperiode veel naar het buitenland? Voorkom vertragingen en bekijk van tevoren goed wat wel en niet is toegestaan in het land van bestemming. Bekijk bijvoorbeeld de PostNL lijst met [verboden goederen](#).

7. Verhoog herhaalaankopen met een retourservice

In een periode met vele bestellingen kan het natuurlijk voorkomen dat een cadeau toch niet geschikt is. Bied jouw klanten extra service en geef ze langer de mogelijkheid om Sinterklaas- en Kerstaankopen te retourneren. Bijvoorbeeld tot de tweede week van januari. Via jouw verzendpartner kun je eenvoudig de retourservice inrichten.

8 bied persoonlijke support tijdens de feestmaanden.

Support is één van de pijlers waar jij als webshopeigenaar punten mee kunt scoren. Onderscheid je van concurrenten door het persoonlijke contact wat jij met je klanten hebt. Laat je liefde en passie voor jouw producten merken. Dat maakt jou juist uniek ten opzichte van de grote e-commerce reuzen. Oftewel: zie support als de uitgelezen kans om een goede indruk te maken.

Richt een aparte FAQ pagina in

Mensen willen weten waar ze aan toe zijn, voordat ze een order plaatsen. Aan jou de taak om te zorgen dat bezoekers jouw shop vertrouwen. Eén van de manieren om dit vertrouwen te creëren, is het maken van een speciale FAQ pagina gericht op de feestdagen. Zo krijgen jouw (potentiële) klanten makkelijk en snel antwoord op vragen over bijvoorbeeld levertijden en retourvoorwaarden.

Een FAQ pagina is gedurende het hele jaar een meerwaarde. Tijdens de feestdagen al helemaal. Dit zijn de drukste maanden van het jaar. Hierdoor kan het zijn dat de levering net wat langer duurt of retouren minder snel worden verwerkt. Dit is niet erg, zolang je maar transparant bent richting de klant. Dit zijn mogelijke vragen die je bezoekers tijdens de feestdagen hebben:

- Wat zijn de levertijden tijdens de feestdagen?
- Binnen hoeveel dagen kan ik retourneren?
- Wat als ik nu een cadeau koop en het pas geef tijdens de feestdagen (na de retourtermijn). Mag ik het product dan nog steeds retourneren?
- Wat zijn de openingstijden?
- Kan ik mijn bestelling laten inpakken?

Bied een extra support kanaal aan

Zoals eerder aangegeven kun je tijdens de feestdagen een goede indruk achterlaten. Een live chat is een ideale tool om je hierbij te helpen. Hiermee bied je een laagdrempelige manier aan om contact met jou op te nemen. Het kan een idee zijn om tijdens de feestdagen een live chat aan te bieden als extra support kanaal. Ga bij jezelf na of je dit kunt bieden. Als de chat de hele dag offline staat, werkt het juist averechts en kun je er toch beter voor kiezen om dit niet te doen. Check hier alle [chat-integraties](#) bij Mijnwebwinkel.

Maak een over-ons pagina

Hiermee bied je niet zo zeer support aan je klanten, maar breng je jouw passie wel over aan de klanten. Als je met iemand chat, is het leuk om te weten wie diegene is. Door middel van een over-ons pagina bereik je dit.



just add venture.

We help you build your dream company.

AUTEURSRECHTEN Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Mijnwebwinkel. Het is toegestaan om gegevens uit deze uitgave te citeren in artikelen, scripties en boeken, als de bron op duidelijke wijze wordt vermeld: 'Maak een feestje van de feestdagen', november 2023, Mijnwebwinkel (artikel 15a Auteurswet 1912).

AANSPRAKELIJKHEID Mijnwebwinkel en degenen die aan deze publicatie hebben meegewerkt, hebben een zo groot mogelijke zorgvuldigheid nageleefd bij het samenstellen van deze uitgave. Toch kan het voorkomen dat er toch fouten en onvolledigheden in deze gids voorkomen. Daarom is ieder gebruik van deze gids daaruit geheel voor eigen risico van de gebruiker.