

Hoe blijf je als modemerken relevant en je concurrenten een stapje voor in 2021?



Inhoud

Hoe bereid je je voor op de toekomst van de mode industrie?	3
De stap naar online	3
Duurzaamheid	3
Personalisatie	3
Marketingautomatisering	4
Waarom is marketingautomatisering zo belangrijk?	5
Starten met marketingautomatisering	6
Maak gebruik van verschillende online kanalen	6
Creëer een effectieve marktplaats strategie	10
Creëer krachtige campagnes in Google Ads	12
Stop met het verspillen van tijd en geld door handmatig werk	14
Het categoriseren van producten	14
Het bijwerken van je advertenties	14
Het beheren van je bestellingen	14
Het inrichten van een interne data workflow	14

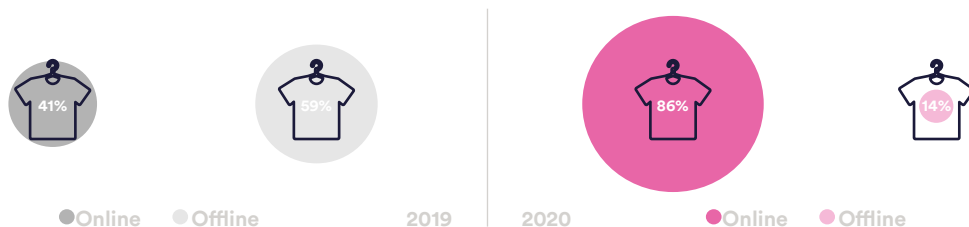
Hoe bereid je je voor op de toekomst van de mode industrie?

Hoewel de pandemie ons heeft geleerd dat het moeilijk is om voorspellingen te doen, zien we wel bepaalde trends die in 2021 veel invloed zullen hebben in de mode industrie. Lees dus gauw verder en zorg ervoor dat je je online marketingstrategie op al deze trends afstemt!

De stap naar online

Veel merken uit de mode industrie hebben de impact van deze crisis beter doorstaan (en nog steeds) dankzij hun **sterke online aanwezigheid** en de flexibiliteit van hun strategie. Voor degenen die afhankelijk waren van de verkoop van hun fysieke winkels, of die hun strategie niet konden aanpassen, was het een redelijk rampzalig jaar. De **stap naar online** moet daarom de basis zijn van je strategie voor 2021.

Online vs. offline aankopen in het Verenigd Koninkrijk in 2019 en 2020



De stap naar online betekent niet alleen het openen van een online shop. Er zijn honderden opties om je producten meer online zichtbaarheid te geven. Het kan een hele effectieve strategie zijn [om op verschillende kanalen](#)

[crossmediaal te adverteren](#). Om hier goede resultaten mee te behalen, is het wel belangrijk om hier veel tijd en moeite in te steken.

Duurzaamheid

Het lijkt er steeds meer op dat de mode industrie, die altijd wordt geassocieerd met impulsaankopen, steeds minder te maken wil hebben met fast fashion. De focus wordt steeds meer gelegd op duurzame kleding. Aangezien de mode industrie verantwoordelijk is voor [10% van de gehele CO2-uitstoot](#) op deze planeet, is het niet gek dat steeds meer consumenten voor merken gaan die duurzaam en transparant zijn. In 2021 zullen termen als **ReCommerce** en **Green Shipping** trending onderwerpen in de sector zijn.

Personalisatie

Algemene boodschappen zonder een persoonlijke touch zijn verleden tijd. Sterker nog, 75% van de consumenten geven aan dat ze liever kiezen voor een modemerken dat [hun aanbiedingen, boodschappen en ervaringen personaliseert](#). Je zal je misschien afvragen, **hoe kan ik met mijn online marketing inspelen op de nieuwste trends, en tegelijkertijd persoonlijke**

en relevante boodschappen voor mijn publiek creëren? Eigenlijk is er maar één manier om dit te doen zonder compleet overweldigd te raken: **marketingautomatiseringstools**.

Marketingautomatisering

Marketingautomatisering is de **beste oplossing** geworden voor het creëren van effectieve en winstgevende campagnes, zonder al te veel tijd en geld te investeren. Sterker nog, in 2019 gebruikten 51% van alle bedrijven [marketingautomatiseringstools](#), en 91% van de marketeers gaven aan dat het ten grondslag ligt van het succes van hun online marketingstrategie.

Er zijn vele verschillende marketingautomatiseringstools beschikbaar voor vele verschillende doeleinden. De meest populaire tools zijn meestal gerelateerd aan e-mailmarketing en chatbots. Deze tools bieden echter niet de oplossing voor de e-commerce werkzaamheden die het meeste tijd kosten, namelijk het beheren van je productcatalogus voor het adverteren op marktplaatsen, social media en vergelijkingssites, orderbeheer, het maken van efficiënte tekstadvertenties, en dergelijke.

De uitdagingen die bij deze taken komen kijken zijn eenvoudig te tackelen met een tool die ze automatiseert. [We hebben bij Channable veel ervaring](#) met het ondersteunen van mode-, kleding-, en beautymerken **om deze taken te vereenvoudigen en tegelijkertijd meer relevante productadvertenties met een hoger conversieratio te creëren.**

→ In dit e-book kun je inspiratie halen uit relevante use cases, best practices, tips en testimonials van bekende namen uit de mode industrie. Wij hopen dat dit je zal helpen met het **implementeren van marketingautomatisering** in je omnichannel strategie, zodat jij alles uit je online aanwezigheid kunt halen in 2021!

Marketingautomatisering
is de beste oplossing
geworden voor het
creëren van effectieve
en winstgevende
campagnes.



Waarom is marketingautomatisering zo belangrijk?

Laten we beginnen met een aantal cijfers van bekende merken die aantonen dat automatiseren zeker zijn vruchten kan afwerpen:



→ Blijf vooral **verder lezen** als je te weten wil komen hoe **marketingautomatisering** hun omzet, kliks, ROAS, CTR, impressies, en vele andere cijfers hebben verbeterd!

Starten met marketingautomatisering

1. Maak gebruik van verschillende online kanalen

Door middel van [omnichannel marketing](#) kunnen consumenten kennis maken met je merk via verschillende kanalen. Met veel aanwezige concurrentie is dit een goede manier om relevant en competitief te blijven. Het maakt niet uit of je aan de slag wil gaan met **retargeting** campagnes, **affiliate marketing**, **social ads**, of je producten wil adverteren op **vergelijkingssites** zoals [Google Shopping](#). Al deze manieren van adverteren zijn namelijk gebaseerd op je [productcatalogus of feed](#).



Nadelen van handmatig werk of afhankelijk zijn van een externe partij:

- ⬇️ Productadvertenties zijn snel verouderd → **nadelig voor de user experience.**
- ⬇️ Hele algemene productadvertenties als gevolg van het gebrek aan flexibiliteit om ze te optimaliseren → **laag conversieratio.**
- ⬇️ Weinig vrijheid om je advertenties te personaliseren → **langere workflow.**

Voordelen van het automatiseren met een feed managementtool:

- ⬆️ **In enkele minuten** creëer je alle feeds die je nodig hebt.
- ⬆️ Het kunnen verbeteren van je productcatalogus zodat je **relevante en aantrekkelijke productadvertenties** kunt maken.
- ⬆️ Altijd **up-to-date productadvertenties.**

“Het aanpassen van de feeds voor elk online verkoopplatform is niet langer een probleem.”

- Alex Poza, ECCO Shoes



Use case

Hoe maak je geoptimaliseerde productadvertenties voor je omnichannel strategie?

[ECCO Shoes](#) was lange tijd afhankelijk van een IT-afdeling en marketingbureaus om wijzigingen in hun feeds aan te brengen. Dit kostte veel tijd en geld. Sinds Alex Poza, consultant voor ECCO Shoes, Channable ging gebruiken, heeft hij de **onafhankelijkheid en vrijheid** gevonden om de perfecte feeds te creëren. ‘Het aanpassen van de feeds voor elk online verkoopplatform is niet langer een probleem’.

Elk land werkte met verschillende marktplaatsen, maar niemand wist wie verantwoordelijk was voor de feeds. Alles werd beheerd door marketingbureaus, maar het proces duurde lang, en elke keer dat er iets aangepast moest worden, duurde het lang voordat dit was gebeurd. De productinformatie verandert voortdurend, dus **het was erg lastig om de feed up-to-date te houden**’.

Dat was het moment dat ze bij ECCO zich realiseerden dat ze dit **proces moesten automatiseren en centraliseren** in een feed managementtool. ‘Ik heb gekozen voor een feed managementtool zodat ik al mijn feeds kan beheren zoals ik dat wil, zonder afhankelijk te zijn van wie dan ook. Ik ben een perfectionist, dus hierdoor krijg ik de feeds die ik wil en voldoen ze aan de vereisten van elk platform.’



Lees de volledige use case hier.

5 Tips voor het maken van relevante en aantrekkelijke productadvertenties met een feed managementtool:

Een feed managementtool helpt je bij het maken van meer **consistente, uitgebreide en aantrekkelijke productadvertenties**. Maar hoe?

- 1 Sluit XS en XL maten uit van je advertenties.** Verhoog het aantal kliks door ervoor te zorgen dat je alleen met maten adverteert die de beste resultaten hebben.
- 2 Optimaliseer je titels** door het toevoegen van info zoals maten, voorraad, beschikbare kleuren, kortingen, en acties. Dit zal je CTR verhogen.
- 3 Pauzeer automatisch advertenties met producten die niet op voorraad zijn.** Hierdoor voorkom je onnodige advertentiekosten.
- 4 Kortingen toepassen op basis van de prestatie van elk kanaal/product.** Door Google Analytics te integreren kun je cijfers als de conversie of de CTR inzien, en deze gebruiken om je prijzen hierop aan te passen.
- 5 Automatisch kortingen toepassen op bepaalde momenten.** Dit hoeft je dan niet handmatig te doen bij bijvoorbeeld elke Black Friday of bij elk feestdagenseizoen.

OTTO

“Met een feed managementtool kunnen we (bijna) alles vanuit onze kant zelf doen. Ook zijn er een aantal handige regels mogelijk, zoals het uitsluiten van artikelen die bijna uitverkocht of onrendabel zijn. En door de mogelijkheid van het verbeteren van de datakwaliteit is onze output sterk verbeterd.”

Linda Mels,
Teammanager Performance Marketing bij Otto B.V.

2. Creëer een effectieve marktplaats strategie

Marktplaatsen zijn, als deel van je omnichannel strategie, een goede optie om te overwegen als verkoper in de mode en/of beauty industrie. Het verkopen van kleding via marktplaatsen wordt vaak geassocieerd met goedkope items, maar eigenlijk is dit niet waar. Om het tegendeel te bewijzen heeft Amazon in september 2020 de [Luxury Store](#) gelanceerd, speciaal voor verkopers van luxe modemerken.

Nog een voorbeeld van hoe marktplaatsen steeds meer opties aanbieden voor verkopers uit de mode industrie, is het [Made for you](#) initiatief van Amazon, waarbij consumenten gepersonaliseerde kleding kunnen aanschaffen. Op dit moment alleen beschikbaar in de Verenigde Staten, maar het is wel een stap dichterbij het personaliseren van de producten die worden aangeboden door marktplaatsen.

Een van de **grootste uitdagingen** van verkopers van kleding en accessoires is echter het [integreren van hun productcatalogus met verschillende marktplaatsen](#). De **specificaties** die Amazon vereist zijn heel anders dan die van bol.com bijvoorbeeld. Naast het **up-to-date houden van advertenties**, het handmatig beheren van bestellingen, is dit vaak het meest stressvolle gedeelte van verkopen op verschillende marktplaatsen.

amazon

AliExpress™

ebay

spartoo

Cdiscount

Nadelen van handmatige integraties met marktplaatsen:

- ⬇️ Het is geen efficiënte manier van het creëren van een omnichannel strategie → **Verspilling van tijd en geld.**
- ⬇️ Problemen met het beheren van bestellingen via verschillende marktplaatsen → **Ontbrekende voorraad, trackings problemen en vertragingen bij de verzending.**
- ⬇️ Minder complete en gedetailleerde productadvertenties → **Lager conversieratio.**

Voordelen van het automatiseren met een feed managementtool:

- ⬆️ Maak **advertenties van topkwaliteit** die perfect aansluiten op elke marktplaats in slechts 5 eenvoudige stappen.
- ⬆️ **Beheer al je bestellingen direct** in Shopify, Lightspeed, Magento, PrestaShop e.d.
- ⬆️ **Synchroniseer** je online shop met al je advertenties.



“We hebben nu
de volledige controle.”

- Wapalli



Use case

Hoe je eenvoudig je Amazon advertenties en bestellingen in verschillende talen kunt beheren

[Wapalli](#) is een Spaans bedrijf dat allerlei schoonheidsproducten en cosmetica verkoopt. Naast hun eigen online shop gebruiken ze ook andere online platformen om op meer plekken zichtbaar te zijn en meer omzet te genereren. Een van deze kanalen is Amazon, waardoor ze hun bedrijf hebben kunnen uitbreiden naar andere markten. Ze verkopen momenteel in Duitsland, Frankrijk, Spanje, het Verenigd Koninkrijk, Italië en sinds kort ook in Nederland. Wapalli: “Zonder een feed managementtool als Channable is het onmogelijk om je bedrijf naar de rest van Europa uit te breiden. We hebben niet alleen onze omzet in andere markten vergroot, maar we hebben ook een goede verwachting voor de komende jaren. ”

Wapalli moest alle productdata optimaliseren om te voldoen aan de specifieke vereisten van Amazon. “We hebben nu de volledige controle over al onze artikelen en weten altijd voor welke prijs ze in elk land zijn verkocht. We kunnen de levering van bepaalde producten naar eigen inzicht in- en uitschakelen, en we kunnen onze prijzen en verzending binnen enkele seconden wijzigen. Bovendien kunnen de regels voor het verkopen op Amazon ook van land tot land verschillen. Met Channable kunnen we dit met één klik regelen “

Wapalli's voorraad is altijd accuraat door de real-time voorraadupdates. Als de voorraad in PrestaShop veranderd, wordt dit direct aangepast in al hun Amazon advertenties. “We hoeven eigenlijk niet meer naar het beheer van bestellingen om te kijken. Channable voert deze taak automatisch uit. We hoeven alleen maar met onze klanten bezig te zijn en de bestelling voor te bereiden.”



Lees de volledige use case hier.

3. Creëer krachtige campagnes in Google Ads

Google heeft kortgeleden [een onderzoek gepubliceerd](#) waarin stond dat **automatisering helpt bij het creëren van relevantere advertenties**. De intentie om iets te kopen neemt toe met 15% door custom gepersonaliseerde advertenties, in vergelijking met advertenties die meer algemeen gepersonaliseerd zijn.

Hoewel het is bewezen dat long-tail tekstadvertenties in Google Ads betere resultaten hebben dan short-tail advertenties, hoe kun je dan meer specifieke productadvertenties bouwen als je een beauty productcatalogus hebt met meer dan 15.000 items? Heel eenvoudig, namelijk campagnes, advertentiegroepen, advertenties en zoekwoorden maken met **de dynamische informatie uit je datafeed**.

Headline 1	title	Now on sale for	price
Headline 2	example		
Description	Example description for your ad. Sell ...		
Display URL	www.webshop.com	category	brand
Final URL	product url		

Nadelen van het handmatig instellen van SEA campagnes:

- ⬇️ Het creëren van veel relevante long-tail advertenties is lastig → **Kost veel tijd en geld.**
- ⬇️ Het is lastig om je advertenties up-to-date te houden → **Lage conversie + slecht voor de user experience.**
- ⬇️ Het is lastig om meerdere relevante zoekwoorden te creëren. → **Lage kwaliteitsscore.**
- ⬇️ Het is lastig om je advertenties te optimaliseren (zoals het uitsluiten van producten die niet op voorraad zijn) → **Hogere CPC.**

Voordelen van het automatiseren met een SEA automatiseringstool:

- ⬆️ Maak **honderden gepersonaliseerde long-tail advertenties** op productniveau → meer conversie.
- ⬆️ **Verbeter de kwaliteitsscore** van je advertenties → minder CPC en meer kliks.
- ⬆️ **Bespaar tijd en geld** door minder handmatig werk. Met één template maak je honderden advertenties.
- ⬆️ **Nooit meer handmatig werk.** Je campagnes/advertenties passen zich aan op de veranderingen in je feed.

“We verspillen geen geld meer.”

- Maik Nieuwboer, Rituals



RITUALS...®

Use case

Hoe kun je adverteren met meerdere geoptimaliseerde long-tail advertenties in Google?

Adverteren met grote hoeveelheden data en het beheren van campagnes kan een erg lastig en tijdrovend klusje zijn. Maik Nieuwboer, SEA marketeer bij Rituals, licht toe: ‘We hadden veel productspecifieke advertentiegroepen. Als een product niet meer op voorraad was, bleef deze in de advertentiegroep staan en werden de advertenties geweigerd door Google. Dit zorgde voor extra handmatig werk voor ons.’ Volledige teams kregen de taak van **het bijhouden, op voorraad houden en organiseren** van producten en campagnes.

Rituals besloot om gebruik te maken van een SEA automatiseringstool en **heeft nu meer dan 13.500 actieve advertenties** in alle landen lopen sinds augustus 2018. In deze periode, tot april 2019, hebben zij indrukwekkende resultaten behaald. “We hebben meer dan 2,5 miljoen impressies gehad op Google wat neerkomt op een groei van 44%. Daarnaast zijn onze kliks 55% hoger en hebben we een groei gezien van 7.6% in CTR, 7.65% in AOV en een 4.7% hogere conversieratio. De overige resultaten zijn vergelijkbaar met hiervoor, alleen nu kost het minder tijd. Niet alleen voor mij, maar ook voor al onze lokale OMM's, die anders constant teksten moeten schrijven voor onze campagnes.”

Met **behulp van dynamische velden uit de feed** is het Rituals gelukt om geld te besparen op advertenties voor niet voorradige producten. “Afwijzingen in advertenties door niet voorradige producten zijn uitgesloten. Dit houdt in dat er geen geld meer wordt weggegooid met deze campagnes en het maken van campagnes voor nieuwe collecties veel minder tijd in beslag neemt.”



Lees de volledige use case hier.

Stop met het verspillen van tijd en geld door handmatig werk

Het categoriseren van producten

Je bent waarschijnlijk wel eens gefrustreerd geweest door het categoriseren van je producten voor platformen zoals Google Shopping of bol.com. Voornamelijk als je productcatalogus vele verschillende categorieën heeft, zoals schoenen, jurken, accessoires, tassen, make-up, zwemkleding, en dergelijke.

Met behulp van een feed managementtool is het erg eenvoudig om alle categorieën voor alle kanalen up-to-date te houden. En dankzij **slimme categorisatie** kun je je gehele productcatalogus nog eenvoudiger categoriseren, ongeacht hoe groot deze is.

Het bijwerken van je advertenties

Je wil uiteraard **het meeste uit je kliks halen**, en daarnaast de **beste user experience** bieden. Hierdoor moet je voorkomen dat klanten op een advertentie klikken van bijvoorbeeld een t-shirt dat niet meer beschikbaar is, of dat niet de juiste prijs wordt getoond. Dit kun je voorkomen door je **advertenties te synchroniseren met je online productcatalogus**. Zodra een product niet meer op voorraad is, worden de advertenties hiervan automatisch gepauzeerd.

“Het is nog steeds erg complex om feeds handmatig te beheren, en de resultaten ervan zijn vaak niet erg relevant. Het is essentieel om altijd een up-to-date feed te hebben die goed werkt en de juiste informatie toont aan de gebruiker om conversie te genereren. Feed management is daarom erg belangrijk voor Courir.”
Valentin Quelard, CEO bij het bureau Advisers, verantwoordelijk voor de campagnes van Courir.

Het beheren van je bestellingen

Het verkopen van je producten op verschillende marktplaatsen zorgt ervoor dat je extra tijd moet besteden aan het afhandelen van binnenkomende bestellingen. Een feed managementtool **haalt via een API jouw bestellingen real-time op vanaf marktplaatsen en synchroniseert dit** met je online shop. Hierdoor houd je eenvoudig alles bij!

“We hoeven eigenlijk niet meer naar het beheer van bestellingen om te kijken. Channable voert deze taak automatisch uit. We hoeven alleen maar met onze klanten bezig te zijn en de bestelling voor te bereiden. Channable is ook verantwoordelijk voor de tracking, wat steeds belangrijker wordt voor Amazon ”. Wapalli

Het inrichten van een interne data workflow

Veel (internationale) bedrijven vinden het lastig om een **standaard in hun productcatalogi te hanteren** in verschillende markten. Soms werkt elke markt op een verschillende manier, en leidt deze inconsistentie tot inefficiëntie. Met een feed managementtool is het eenvoudig om je **feeds te beheren en ze per land en taal te ordenen**. Je opent een nieuw project in de tool en dupliceert de benodigde feeds per land. Dankzij de mogelijkheid om custom CSV- en XML-bestanden te maken, kun je deze bestanden te gebruiken om het **datamanagement binnen het bedrijf** eenvoudiger te maken.

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

“Door een feed managementtool kunnen wij feeds van de verschillende merken, markten en platforms op een eenvoudige en gecentraliseerde manier beheren. Channable is een zeer veelzijdige tool en het team biedt uitstekende service.”

Hasti Fatehzad,
Online marketing analyst bij Tendam

Use case

Hoe kun je huidige e-commerce processen optimaliseren zodat ze in de toekomst meer opleveren?

[Protest Sportswear](#) is een toonaangevend sportmerk, opgericht in Nederland. Omdat alles online zo snel verandert, was het belangrijk voor hen om hier zo efficiënt mogelijk mee om te gaan. Die efficiëntie was uiteindelijk de grootste reden voor Michiel van der Poel, Online Advertising Specialist bij Protest Sportswear, en zijn team om op zoek te gaan naar een tool die hen daarbij kon helpen. Deze tool moest antwoord geven op de volgende vraag:

Hoe kunnen we bepaalde e-commerce processen automatiseren en optimaliseren, zodat we meer tijd kunnen investeren in andere (nieuwe) processen en in de toekomst winstgevender zijn?

Michel: ‘Channable is een tool die uitkomst biedt voor dit vraagstuk. Enerzijds met de [Product Feed Manager](#), en anderzijds met [de SEA tool](#). Met de Product Feed Manager kunnen wij op een **efficiënte, gecontroleerde en eenvoudige** manier onze productinformatie naar verschillende platformen sturen. Met de SEA tool kunnen wij onze **zoekadvertenties beter afstemmen op het zoekgedrag** van onze doelgroep.’

Op dit moment maakt de SEA tool productadvertenties aan die een **stuk relevanter zijn voor de zoektermen** die gerelateerd zijn aan de producten van Protest Sportswear. Dit heeft niet alleen voor **een stijging van 17% in hun CTR** gezorgd, maar ook voor een betere user-experience.



Lees de volledige use case hier.

“Met de SEA tool kunnen wij
onze zoekadvertenties beter
afstemmen op het zoekgedrag
van onze doelgroep.”

- Michiel van der Poel, Protest Sportswear



Contact

Heb je ideeën of inspiratie gekregen door dit e-book, en wil je meer weten over hoe marketingautomatisering jouw bedrijf kan laten groeien in 2021, neem dan vooral contact met ons op! Ons team staat voor je klaar om je uit te leggen hoe onze SEA- en feed managementtool kan helpen bij je e-commerce en online marketing strategie.



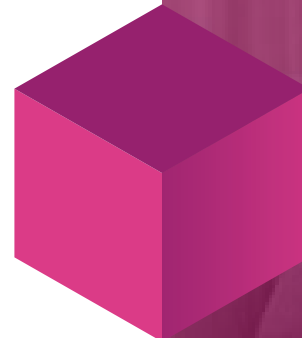
+31 (0)30 260 08 21



support@channable.com



www.channable.nl



channable



Referenties

Online bronnen

<https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/>

<https://www.shopify.com/enterprise/ecommerce-fashion-industry>

<https://review42.com/resources/marketing-automation-statistics/>

<https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2020/05/04/the-importance-of-omnichannel-marketing/?sh=38a4b4e661d7>

<https://www.cnbc.com/2020/09/15/amazons-launch-into-luxury-fashion-deals-blow-to-us-department-stores.html>

<https://techcrunch.com/2020/12/15/amazon-fashion-launches-a-custom-clothing-service-made-for-you/?guccounter=1>

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/consumer-insights/consumer-trends/new-research-on-advertising-automation/>