

Europa. Een verplichting is dat echter niet.

14. Moet je de 'remarketing' opgeven?

Instrumenten zoals Facebook Pixel of de remarketingdienst van Google maken het mogelijk om internetgebruikers opnieuw aan te spreken over producten die ze voordien op een website voor e-commerce opgezocht hebben. Op dat moment verzamelen zowel Google als Facebook gegevens over de consumenten die de site van de hande-

laar bezoeken. Ideaal gesproken zou je de internetgebruiker dan moeten verwittigen dat zijn gegevens opnieuw voor marketingdoeleinden gebruikt kunnen worden. "Vaak weet de KMO niet precies wat Google als gegevens verzamelt. We raden het bedrijf aan om zich zo goed mogelijk te informeren wanneer het op zulke instrumenten een beroep doet," stelt Anne Mikusinski (UCM). We durven er echter heel wat om verwedden dat Europa en de overheden die voor de gegevensbescherming

bevoegd zijn, in de eerste plaats hun pijlen op de grote internetplatforms zullen richten, vooral de kleine handelaars aan te pakken die afhankelijk zijn van instrumenten die ze niet onder controle hebben.

15. Is het een goed idee om zijn eigen privacycharter te schrijven?

Zulk een charter omvat de regels die het bedrijf bij het beheer van de persoonlijke gegevens van zijn klanten hanteert. Vaak vind je het op de website van het bedrijf

en even vaak is het door een advocaat opgesteld. Maar waarom zou u het niet zelf schrijven? Dat is alvast de raad van Damien Jacob, consultant bij Retis: "Het idee van de GDPR is precies dat zulk een document begrijpbaar moet zijn voor de particulieren die het lezen. Als u het in uw eigen woorden schrijft, vermijdt u jargon. Bovendien onderscheidt u zich op een positieve manier met uw communicatie." En niets belet u om uw tekst door een specialist te laten nalezen om zeker te zijn dat u niets vergeten bent. ■

E-business

Is uw website klaar voor de mobiele navigatie?

Aurelia Ricciardi |

Het massale gebruik van smartphones en de efficiëntie van het 3G/4G-internet werken de online verkoop in de hand. Dat impliceert dat almaar hogere eisen aan de gebruikerservaring op het internet gesteld zullen worden. Na de 'responsive web design' worden de 'progressieve web apps' de norm voor een goed werkende e-commerce of zelfs m-commerce.

Enkele jaren geleden hadden de mond val van de 'responsive web design', een concept dat we als een aanpasbare website kunnen omschrijven. Het tijdschrift Mashable nomineerde het begrip zelfs als het 'woord van het jaar 2013': wat ook het schermtype was (pc, tablet, smartphone, enz.), de website moest zich automatisch aan de grootte van het

scherm aanpassen om een optimale leesbaarheid te garanderen. Een 'responsieve' gebruikerservaring vergt dus dat de karaktertekens en lay-out zo min mogelijk aangepast worden, terwijl je de pagina's ook in alle richtingen moet kunnen doorlopen. Vandaag echter staan de Progressive Web Apps (PWA's in het jargon) klaar om de norm op het vlak van de responsieve design te

worden. De PWA's die in 2015 oorspronkelijk door Google ingevoerd werden, kunnen de kloof tussen browsers en de oorspronkelijke mobiele apps overbruggen waardoor ze zich als de nieuwe norm aandienen. Die hybride toepassingen – tussen webpagina's en eigen toepassingen in – combineren de nieuwste functies van de browsers met het beste van de gebruikerserva-

ring op mobiele toestellen. De PWA's bieden eenzelfde gebruikerservaring als de browser. Bovendien lijken ze op een app en werken ze als een app, maar hoeft u niets te downloaden. Het volstaat om de site vanuit de mobiele browser op je scherm te registreren. En dat is een eerste voordeel: de App Store wordt overbodig en het geheugen van het toestel raakt niet overladen.

Een tweede voordeel: een PWA kan op een smartphone ook in de offline modus werken. Een surfer kan dan bijvoorbeeld producten aan zijn winkelmandje toevoegen zonder dat hij op een mobiel netwerk zit. De voorwaarde is wel dat de productpagina geregistreerd is. De PWA's tonen zich niet alleen snel, soepel en licht, maar beperken ook de ontwikkelingskosten per platform (iOS/Android...). Kortom de PWA's zorgen ervoor dat het surfen op een mobiel toestel even prettig is als het surfen op een vast toestel en verbeteren dus de mobiele toegang tot de websites.

Norm van de e-commerce

Google blijft bedrijven die gebruikers een optimale mobiele ervaring bieden, promoten en naar voren schuiven. Dat is de reden waarom de PWA's de nieuwe must zijn bij het ontwerpen van websites. Heel wat gebruikers klikken weg van een website wanneer die niet na drie seconden geladen is. De laadsnelheid van een website is het eerste criterium waar rekening mee gehouden moet worden. En een PWA wordt zo goed als ogenblikkelijk geladen. Sinds juli 2018 is de snelheid waarmee pagina's geladen worden, overigens ook voor mobiele toestellen een referentiefactor geworden. Voordien werd alleen rekening gehouden met de snelheid waarmee de pagina's op een pc verschenen.

Bij de e-commerce bezorgen de PWA's de klanten een betere toegang tot de mobiele sites en dus tot de m-commerce (mobile commerce). Volgens Bernd Zipper, een Duitse expert in de gra-



Meet het succes van uw webshop

Een webshop biedt heel wat voordelen om uw producten te verkopen, maar dat is geen garantie op success. Hubspot, een specialist in software voor marketing, verkoop en klantendienst, geeft enkele tips om snel de prestatie van uw webshop te beoordelen.

Meet het totale aantal klanten.

Het is eenvoudig om te zeggen: "Deze maand heb ik x-duizend euro omzet gedraaid". Maar hoeveel klanten hebt u echt? Gaat het om drie kopers die geregeld terugkeren of gaat het om een groot netwerk? U moet onderzoeken hoe uw klantenbestand zich ontwikkelt, welke precieze initiatieven tot een stroom nieuwe klanten geleid hebben, enz.

Hoe zijn ze bij u terechtgekomen?

Gebruik een tracking tool (Google Analytics, Hitslink, Clicktale) om te achterhalen hoe uw klanten op uw website gekomen zijn. Komen ze via Twitter? Heeft iemand u aanbevolen? En hoe doorlopen ze nadien uw site?

Controleer hoeveel mensen de aankoopprocedure onderbroken hebben.

Als u vaststelt dat heel wat bezoekers hun winkelwagentje vol laden, maar de aankoopprocedure onderbreken, is er een probleem met uw site. Bekijk in welk stadium de aankoop geannuleerd werd. Is de aankoopprocedure duidelijk genoeg? Kregen ze opeens bijkomende kosten aangerekend? Omdat u precies weet wat die bezoekers zochten, kunt u hun een mail sturen om hen alsnog te overtuigen om de aankoop uit te voeren.

fische sector, wordt de m-commerce hoe langer hoe belangrijker, ook in de sector van de online druk. Volgens hem zou het aantal mobiele aankopen tegen eind 2018 met 35 % kunnen groeien. De Belgische e-shopper voert zijn online aankopen

meestal uit via een laptop of via een pc. In 2017 echter is het aantal aankopen via een smartphone al met 5 % toegenomen. 33 % van de e-shoppers voert wel eens een aankoop via zijn smartphone uit. Dat blijkt alvast uit de cijfers van het pan-Euro-

pese onderzoek door de DPD Groep naar het gedrag van e-shoppers.

Als gebruikers almaar meer mobiele toestellen gebruiken, begrijpt u wel waarom het zinvol is om te kijken of uw website compatibel is met mobiele toestellen. U moet immers weten dat de trage websites die Google in aparte lijsten onderbrengt, verder achteraan in de zoekresultaten te vinden zijn. Volgens een studie van Roasta Research, op basis van gegevens van Google, neemt het cijfer van de surfers die afhaken (percentage surfers dat een site verlaat wanneer maar één pagina te zien is), toe wanneer de site traag is. Om de prestaties van je website te controleren en om de compatibiliteit ervan met de mobiele navigatie te verifiëren, biedt de tool Google PageSpeed Insights een eerste analyse van hoe vaak een website vanop een mobiel toestel bezocht wordt, en hoe vaak van op een pc. PageSpeed Insights geeft vervolgens suggesties om de snelheid van de pagina te verhogen. Sommige bekende online drukkers, zoals Pixartprinting of Smartphoto, hebben zich overigens al aan het werk gezet om hun mobiele compatibiliteit te verbeteren. ■