



AFSTUDEER **SCRIPTIE**

TILBURGS TRUCK PARTS **DE WEG NAAR SUCCES**

L.Z. Driessen & M.A. Zschüschen

Titelpagina

Studenten

Naam: Luuk Driessen

Opleiding: ICT & Mediadesign

Hogeschool: Fontys Hogeschool, Eindhoven

Studentnummer: 2093309

Naam: Maurichino Zschüschen

Opleiding: ICT & Mediadesign

Hogeschool: Fontys hogeschool, Eindhoven

Studentnummer: 2107556

Begeleiding

Stagedocent: Rob van Cooten

Tweede stagedocent: Constanze Thomassen

Bedrijf

Tilburgs Truck Parts

Stagebegeleider: Frank Tilburgs

Adres: Dorpsstraat 19

Postcode: 5556 VL

Plaats: Valkenswaard

Voorwoord

Dit rapport is de afstudeerscriptie van Luuk Driessen en Maurichino Zschüschen, 4de jaars ICT en Mediadesign studenten op de Fontys Hogeschool te Eindhoven. Deze afstudeerscriptie is geschreven naar aanleiding van een opdracht van Tilburgs Truck Parts.

In een voorwoord behoort een woord van dank. Bij dezen willen we iedereen bedanken die een bijdrage geleverd hebben aan de totstandkoming van dit onderzoek.

In het bijzonder willen we de heer F. Tilburgs, Tilburgs Truck Parts directeur, hartelijk bedanken voor de bijdrage aan de afstudeerstage.

Verder willen we onze 1ste en 2de stagedocenten, de heer R. van Cooten en mevrouw C. Thomassen bedanken voor de begeleiding vanuit de Fontys Hogeschool te Eindhoven.

Met vriendelijke groeten,

Luuk Driessen

Maurichino Zschüschen

Eindhoven, 10 januari 2011

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inhoudsopgave	5
Samenvatting	7
Summary	8
Woordenlijst	9
1. Inleiding	
1.1 Aanleiding onderzoek.	11
1.2 Opbouw van het rapport	11
1.3 Bedrijfsbeschrijving	11
1.4 Missie en Visie	12
1.5 Organigram	12
2. Doel en probleemstelling	
2.1 Probleemstelling	13
2.2 Opdrachtoomschrijving	13
2.3 Onderzoeksdoelstelling	14
2.4 Opdrachtdoelstelling	14
2.5 Deelvragen	14
2.6 Doelgroep	15
3. Onderzoek	
3.1 Vooronderzoek	16
3.2 Onderzoeksvorm	16
3.3 Deelvraag 1: Doelgroep	17
3.4 Deelvraag 2: Betalingsmogelijkheden	19
3.5 Deelvraag 3: CMS	22
3.6 Deelvraag 4: Trends	24
3.7 Deelvraag 5: Internet marketing	26
4. Conclusies en aanbevelingen	
4.1 Conclusies	29
4.2 Concept- en/of projectvoorstellen	31
4.3 Huisstijl	32
4.4 Indeling webshop	32
4.5 Functionaliteiten	36
4.6 Design	39
4.7 Realisatie	41
5. Trajectbeschrijving	
5.1 Initiatiefase	43
5.2 Onderzoeksfase	43
5.3 Realisatiefase	43
5.4 Implementatiefase	44
5.5 Dremfels	45
Reflectie	47
Dankwoord	48
Bronnen	49

Samenvatting

Voor het afronden van onze opleiding ICT Media Design hebben wij een afstudeerstage bij Tilburgs Truck Parts te Borkel voltooid. Tilburgs Truck Parts heeft 3 afdelingen, namelijk verkoop, grafische vormgeving en productie.

Tilburgs Truck Parts heeft zich nog niet verdiept in webshops. De verkoop van producten door middel van webshops groeit nog steeds. De opdracht is daarom ook het opzetten van een webshop voor vrachtwagenartikelen.

Het project heeft niet alleen als doel de webshop op te zetten, maar ook om Tilburgs Truck Parts te voorzien van informatie hoe een webshop onderhouden moet worden.

De probleemstelling is als volgt te formuleren:

“Is online verkoop een optie voor Tilburgs Truck Parts?”

Voordat we zijn begonnen met het bouwen van de webshop hebben we eerst grondig onderzoek gedaan naar de doelgroep, het cms (content management system), trends, betalingsmogelijkheden en internet marketing. Hierdoor zijn we erg veel te weten gekomen over de eisen van de klant en welke mogelijkheden er zijn op het gebied van webshops. Hieruit bleek onder andere dat Magento de meest voor de hand liggende software is voor webshops.

Daarnaast is er een naam voor de webshop bedacht. Hierbij was het van belang dat het een duidelijke naam moest zijn waarbij ook de url nog beschikbaar was. Na overleg hebben we gekozen voor de naam: Online Truck-Parts. Bij deze naam is er ook een complete huisstijl. Hierbij gaat het om een logo, briefpapier en unieke huisstijlkleuren.

De webshop die uiteindelijk gerealiseerd is aan het einde van deze stage kunt u vinden via de volgende url.
<http://www.onlinetruckparts.nl>

Executive Summary

This thesis is written based on the experience of the internship we completed at Tilburgs Truck Parts in Borkel to graduate from our study ICT Media Design. Tilburgs Truck Parts has 3 departments, namely sales, graphic design and production.

There is a continuous increase in selling products through webshop, however, Tilburgs Truck Parts has not yet focused on this. In order to act upon this trend we received the assignment to create a webshop to sell truck products and parts.

Aside from the assignment to create a webshop, we provided Tilburgs Truck Parts with information to maintain their website as well.

We have formulated the following problem statement:

“Is online selling an option for Tilburgs Truck Parts?”

In order to design the webshop, we first conducted research on elements like; target group, the cms (Content management system), trends, paying methods and Internet marketing. Thereby we have gained a lot of knowledge about the demands of the customer and the possibilities of webshops. From this it seemed that Magento Software was the most obvious choice for creating the webshop.

Next to that, we came up with a name for the webshop. Hereby it was of importance that the name was clear and available as url. After consultation, we decided on: Online TruckParts.

Along with this name, we created a corporate identity. This consists of a logo, writing paper and unique corporate identity colours.

The webshop that was created during this internship can be found at the following url:
<http://www.onlinetruckparts.nl>

Woordenlijst

CMS

Een content-beheersysteem of content managementsysteem is een softwaretoepassing, meestal een web-applicatie, die het mogelijk maakt dat mensen eenvoudig, zonder veel technische kennis, documenten en gegevens op internet kunnen publiceren (content management). Als afkorting wordt ook wel CMS gebruikt, naar het Engelse content management system (inhoudsbeheerssysteem).

CSS

CSS ofwel Cascading stylesheets bieden de mogelijkheid inhoud en vormgeving van een document van elkaar te scheiden en op die manier een consistente vormgeving over meerdere documenten te bereiken.

E-Commerce

Onder e-commerce verstaan we de distributie, verkoop en marketing van producten en diensten via het internet en andere netwerken.

Open source

Open source software is software met twee kenmerken:

De broncode van de software is vrij beschikbaar en in het licentiemodel is het intellectueel eigendom en het (her) gebruik van de software en bijbehorende broncode dusdanig geregeld dat de licentienemer de broncode mag inzien, gebruiken, verbeteren, aanvullen en distribueren.

URL

Een Uniform Resource Locator (afgekort URL) is een label dat verwijst naar een informatiebron, bijvoorbeeld een webpagina of een ander bestand.

Webshop

Een webshop of webwinkel is een online etalage waarbij diensten en producten kunnen worden aangeschaft via het internet.

PHP

Is een scripttaal, die bedoeld is om op webserverns dynamische webpagina's te creëren.

HTML

HyperText Markup Language (HTML) is een opmaaktaal voor de specificatie van documenten, voornamelijk bedoeld voor het World Wide Web.

Flash

is een computerprogramma waarmee animaties, webvideo's en webapplicaties (zoals spelletjes en gehele websites) gemaakt kunnen worden. Het wordt veel gebruikt om websites aan te kleden en voor reclame-uitingen bij websites (banners).

SSL

Secure Sockets Layer (SSL) is een encryptie-protocol die de communicatie op het Internet beveiligen.

ERP

Enterprise resource planning, is een computerprogramma/software, dit soort computerprogramma's wordt voornamelijk binnen organisaties gebruikt ter ondersteuning van alle processen binnen het bedrijf.

Social media

Is het socialiseren met andere mensen, zij het je vrienden of mensen die je nog nooit gezien of gesproken hebt via het internet.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding onderzoek.

In 2009/2010 is Nederland getroffen door een economische crisis. Er gingen veel bedrijven failliet en gezinnen hebben meer moeite om rond te komen. Dit spreekt natuurlijk voor zich. Zodra mensen minder te besteden hebben zijn ze minder welvarend en heeft dat effect op elke markt.

De markt waarin Tilburgs Truck Parts (TTP) zich begeeft had in eerste instantie ook erg veel last van de crisis. Bedrijven worden kieskeuriger en letten beter op hun uitgaven. TTP heeft hier op gereageerd en ervoor gekozen om hun producten online aan te willen bieden.

Dit zal een goede zet zijn. De online verkoop blijft maar stijgen. Mensen raken vertrouwd met de omgeving, het bestelprincipe en de gemakkelijkerheid.

Ondanks de huidige economische crisis zijn de aantal online bestedingen het afgelopen jaar dus flink gegroeid.

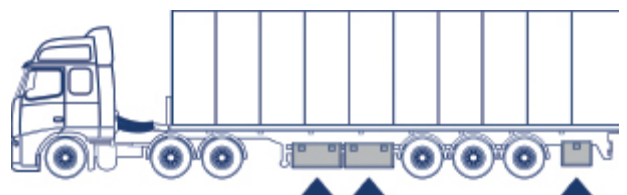
1.2 Opbouw van het rapport

Deze scriptie is verdeeld in 5 hoofdstukken. Hoofdstuk 1 bevat de inleiding over het bedrijf en de scriptie. Ook wordt er informatie gegeven over de opdrachtgever. In hoofdstuk 2 wordt de opdracht concreet omschreven, vanuit de probleemstelling zijn er een aantal deelvragen geformuleerd. In hoofdstuk 3 bevindt zich het onderzoek wat antwoord zal geven op de eerder gestelde deelvragen.

De realisatie van de webshop kunt u terugvinden in hoofdstuk 4. Hier zijn de functionaliteiten en het design van de webshop te zien. Het laatste deel is hoofdstuk 5. Hierin staat onze reflectie op de afstudeeropdracht. Hoe wij alles hebben aangepakt en wat we ervan vonden en van geleerd hebben.

1.3 Bedrijfsbeschrijving

In 1994 is Frank Tilburgs gestart met zijn onderneming. Inmiddels is het bedrijf uitgegroeid tot een bedrijf met 12 werknemers. Tilburgs Truck Parts is gespecialiseerd in de vervaardiging van diverse soorten vrachtwagenkisten. De kisten worden gebruikt voor bijvoorbeeld een reservewiel, kettingen, gereedschap en voor alles wat een vrachtwagenchauffeur nodig heeft. Plekken waar de kisten onder andere bevestigd kunnen worden zijn, achter de cabine, onder de aanhanger, tussen de wielen van de aanhanger. Zij zijn in staat om naast de standaardkisten ook onder- en opbouw kisten volgens de wensen van de klant te produceren. Tilburgs Truck Parts is een handelsnaam van Tilburgs Metaal bv.



1.4 Missie en Visie

Missie:

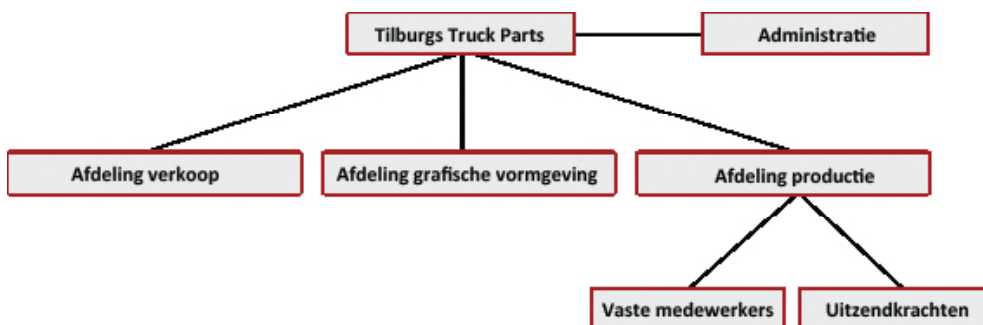
Tilburgs Truck Parts moet zo flexibel zijn en specifieke producten van hoge kwaliteit kunnen maken dat Tilburgs Truck Parts elke klant kan bedienen. Ook wil Tilburgs Truck Parts een uitgebreid internationaal afnemerswerk creëren en deze naar tevredenheid voorzien van kwalitatief hoogstaande onderbouwkisten.

Visie:

Het vergroten en verbreden van het bedrijf met het doel het marktleiderschap vergroten in binnen- en buitenland. Deze groei moet niet alleen in de diepte gebeuren maar ook in de breedte. Er moeten dus zowel nieuwe klanten getrokken worden met de huidige producten als dat er nieuwe producten ontwikkeld moeten worden voor huidige en nieuwe klanten.

1.5 Organigram

Het organigram is een belangrijk model. Het is het model dat de organisatie schematisch weergeeft. Onderstaand organigram is van toepassing op Tilburgs Truck Parts. Het model wat van toepassing is op Tilburgs Truck Parts is een lijnorganisatie. De leidinggevende bepaalt en de ondergeschikten voeren het uit. Dit model is vaker van toepassing binnen kleine organisaties. Het model dat uiteindelijk terug zal komen is wellicht anders dan dit model. Dat hangt er helemaal vanaf wat de strategie zal zijn. Wat verder meteen opvalt is dat het een platte organisatie is. Ook is er maar één stafafdeling wat bevorderlijk is voor de korte communicatielijnen.



2 Doel en probleemstelling

2.1 Probleemstelling

De opdrachtgever heeft geconstateerd dat er een goede markt bestaat omtrent het online aanbieden van producten. Deze kans wil hij aangrijpen waardoor het bedrijf minder afhankelijk is van de algemene verkoop. Deze algemene verkoop is tijdens de economische crisis gedaald.

Binnen Tilburgs Truck Parts is het budget te laag om een professioneel bedrijf in te schakelen. Ook heeft er niemand ervaring met het bouwen van een webshop. De probleemstelling is als volgt te formuleren:

“Is online verkoop een optie voor Tilburgs Truck Parts?”

2.2 Opdrachtschrijving

De opdracht die wij zullen moeten uitvoeren voor Tilburgs Truck Parts is het opzetten van een webshop. Dit proces bevat verschillende onderdelen. Het onderzoeken en analyseren, adviseren en realiseren. Hiernaast zijn er nog geen zaken vastgelegd. Dit zullen wij zelf tot uitvoering moeten brengen. Hierbij gaat het om een; Naam, domeinnaam, logo en huisstijl. Het stagebiedende bedrijf heeft geen ervaring met het opzetten van een webshop. In het verleden gedane projecten zijn tevens allemaal uitbesteed aan werknemers en/of stagiaires.

De opdrachtgever heeft dit project al een tijdje in gedachten en daardoor al een goed beeld kunnen schetsen van de eisen waar de webshop aan moet voldoen en welke producten hij wil gaan aanbieden. Dit assortiment bestaat uit meerdere categorieën. Een aantal hiervan zijn: Exterieur, interieur, onderdelen, sloten en onderbouwkisten. Hiernaast is het erg belangrijk dat Tilburgs Truck Parts niet gelinkt kan worden aan Online TruckParts. Van buitenaf zijn het dus 2 verschillende bedrijven.

De webshop dient volledig werkend opgeleverd te worden. Hiernaast zal ook de huisstijl moeten worden aangeleverd. De webshop dient bij ons vertrek ook online te staan.

2.3 Onderzoeksdoelstelling

Voordat we beginnen met de bouw van de webshop zullen we grondig onderzoek moeten doen naar de mogelijkheden en problemen. Zodra we dit op een rijtje hebben zullen we dit moeten communiceren naar de opdrachtgever. In overleg met de opdrachtgever zullen we dan beslissen wat de gang van zaken zal worden. Aan de hand van de eisen van de opdrachtgever zullen wij een analyse maken van de bestaande CMS pakketten. De onderzoeksdoelstelling kan als volgt worden geformuleerd:

“Bekendheid krijgen in de mogelijkheden en toepassingen van een online webshop”

2.4 Opdrachtdoelstelling

De webshop die wij zullen opleveren zal aan verschillende eisen moeten voldoen. Het moet de doelgroep aanspreken door middel van een strak en herkenbaar uiterlijk. De producten moeten met verschillende soorten eigenschappen zichtbaar zijn. (voorraad, kleur, maat)

Ook moet de webshop gemakkelijk aan te passen zijn via een CMS. Dit gaat getest worden door de opdrachtgever, die het zal gaan beheren in de toekomst.

De webshop zal binnen de 19 weken van de afstudeerstage gerealiseerd worden. De opdrachtdoelstelling is als volgt te formuleren:

“Het creëren van een webshop voor de online verkoop van vrachtwagenartikelen.”

2.5 Deelvragen

Onderzoeksvraag: Is online verkoop een optie voor Tilburgs Truck Parts?

Deelvraag 1: Staat de klant positief tegenover het online aanbieden van producten?

Deelvraag 2: Welke betalingsmogelijkheden zijn van toepassing op de doelgroep?

Deelvraag 3: Welk CMS is het meest voor de hand liggend die aan de eisen van de opdrachtgever voldoen?

Deelvraag 4: Wat zijn de trends op het gebied van online verkoop in de sector van de opdrachtgever?

Deelvraag 5: Hoe kunnen we internetmarketing het beste toepassen op Online TruckParts?

2.6 Doelgroep

De doelgroep die wij gaan benaderen zijn vrachtwagenchauffeurs, gespecialiseerde bedrijven en geïnteresseerden. Deze doelgroep willen we gaan bereiken via het medium internet. We zullen ons gaan richten op forums en andere websites.

Hiermee proberen wij via een enquête en rondvraag antwoorden te krijgen op onze vraagstukken. Als we hier onze vraagstukken nog niet mee beantwoord krijgen, dan zullen we een andere manier moeten verzinnen om het gewenste resultaat te halen.

Via een enquête willen we inzicht krijgen in de gedachtegang van de vrachtwagenchauffeurs. Wat wil men in een webshop terug vinden en aan welke eisen moet de webshop voldoen. Hiernaast doen we ook onderzoek naar andere vraagstukken.

- Welke betalingsmiddelen willen we gaan gebruiken?
- Welk CMS Systeem kunnen we als beste gebruiken?
- Welke trends zijn er nu in werking op het gebied van webshops?

3. Onderzoek

3.1 Vooronderzoek

In het vooronderzoek hebben we gekeken wat e-commerce precies is. En waarom het online kopen zo populair is. Daarna hebben we onderzocht wat de mogelijkheden zijn op gebied van webshop cms pakketten.

Tijdens de gesprekken met Tilburgs Truck Parts zijn we het overeengekomen wat de eisen en wensen zijn, waaraan de webshop moet voldoen. Tijdens deze gesprekken is ook de doelgroep en concurrentie aanbod gekomen.

Omdat er door Tilburgs Truck Parts nooit eerder een onderzoek na webshop pakketten is gedaan, is er geen informatie beschikbaar. Alles zal door ons onderzocht moeten worden.

3.2 Onderzoeksvorm

Door middel van deskresearch willen wij onze vraagstukken beantwoord krijgen. Wij kiezen voor deskresearch omdat de informatie wat betreft de doelgroep en de eisen van de webshop gemakkelijk en in veelvoud op het internet te vinden is.

Via een enquête proberen we inzicht te krijgen in de doelgroep. Deze enquête zullen we online beschikbaar stellen voor vrachtwagenchauffeurs en gespecialiseerde bedrijven.

Naast deskresearch maken we ook gebruik van fieldresearch. Onze fieldresearch betreft het langsgaan van tankstations om bij vrachtwagenchauffeurs de enquête af te nemen. Hierdoor krijgen we meer resultaten en zal onze enquête betrouwbaarder zijn. Het aantal mannen en vrouwen dat we willen ondervragen zullen we aan de hand van de steekproefcalculator laten samenstellen.

3.3 Deelvraag 1: Doelgroep

Staat de klant positief tegenover het online aanbieden van producten?

Het maken en onderhouden van een webshop vergt veel tijd en kosten. Daarom is het belangrijk om de doelgroep zo goed mogelijk te beschrijven en te onderzoeken.

Het beschrijven van de doelgroep gebeurt in overleg met de eigenaar van Tilburgs Truck Parts, Frank Tilburgs. De webshop zal in de toekomst bekendheid moeten krijgen onder de doelgroep. Dit zal gebeuren aan de hand van verschillende aanbiedingen, nieuwsbrieven en social media.

De doelgroep die wij gaan benaderen zijn vrachtwagenchauffeurs, gespecialiseerde bedrijven en geïnteresseerden. Het is algemeen bekend dat vrachtwagenchauffeurs vaak in de file staan. Dit hebben de vrachtwagenchauffeurs ook bevestigd in ons onderzoek. Ook kwamen we erachter dat er al veel vrachtwagenchauffeurs zijn die een laptop ter beschikking hebben. Zodra deze chauffeurs in de file staan of als ze een overnachting langs de weg hebben, hebben ze de mogelijkheid om het internet op te gaan. Dit is positief voor onze webshop.

Vrachtwagenchauffeurs zijn er in elke leeftijd. Dus ook jongere die zich hebben aangemeld hebben bij verschillende social media. Wij zien hier een mogelijkheid om de webshop te promoten. Dit zouden we kunnen doen aan de hand van Facebook en Twitter

Door middel van een enquête hebben we onderzoek gedaan naar de eisen van de doelgroep. Nadat we de resultaten van de enquête hadden bekeken zaten we nog steeds met probleemstukken. Deze probleemstukken zijn wij gaan voorleggen aan de chauffeurs zelf. En waar kun je ze beter bereiken dan langs de weg, bij tankstations. Hier hebben wij de nuttigste antwoorden gekregen. Deze antwoorden hebben we samen met de resultaten van de enquêtes verwerkt in grafieken.

De volledige resultaten van de enquête kunt u terugvinden in de bijlage.

Resultaten Enquête.

Voordat we zijn begonnen met het afnemen van de enquêtes hebben we gebruik gemaakt van de steekproefcalculator. Hierdoor is ons onderzoek betrouwbaarder en zal deze op de juiste manier worden afgenomen. De vragen die in de enquête verwerkt zijn hebben allen betrekking op de doelgroep en de webshop. Hierdoor proberen wij inzicht te krijgen in de wensen van de doelgroep.

Zo kunnen we de webshop volledig inrichten naar de wensen van de doelgroep.

In totaal hebben we 90 enquêtes afgenomen. Hieronder ziet u de resultaten verwerkt in een beschrijving. De volledige diagrammen en resultaten vindt u in de bijlage.

- 82 van de 90 ondervraagden zijn van het mannelijk geslacht. Dit is geen verrassing.
Er zijn erg weinig vrouwelijke vrachtwagenchauffeurs.
Dit betekent dat we ons voornamelijk moeten gaan richten op de mannelijke chauffeurs.
- De leeftijd van de ondervraagden verschilt nogal. We hebben ze in 3 categorieën opgedeeld.
47 % van de ondervraagden heeft een leeftijd van 22 t/m 40 jaar.
23% is jonger dan 22 jaar. De overige 30% is ouder.
De maximale leeftijd is 66. Dit heeft te maken met de AOW-leeftijd.
- 29% van de ondervraagden hebben aangegeven dat ze om het half jaar een product online bestellen.
Dit is niet het resultaat wat we voor ogen hadden.
26% geeft aan dat ze eens in de 3 maanden een product aanschaffen.
- 39% van de ondervraagden geeft aan Ideal als betalingsmiddel te willen gebruiken.
Het overmaken via de bank is ook erg belangrijk.
Al deze betalingsmiddelen zullen een optie moeten zijn op de webshop.
- In verband met de aanbiedingen zal 49% van de ondervraagden zich willen abonneren op de nieuwsbrief.
Deze aanbiedingen zullen dus regelmatig vervangen moeten worden. 31% van de ondervraagden zou zich willen abonneren op de nieuwsbrief i.v.m. de nieuwe producten. Dit zal ook bijgehouden moeten worden.
- 42% zou de nieuwsbrief per kwartaal willen ontvangen. 31% zal de nieuwsbrief wekelijks willen ontvangen.
Hierbij is dus sprake van een groot verschil, waardoor we dit verder zullen moeten gaan onderzoeken.
- 72% van de ondervraagden geeft aan tot de 100 euro uit te willen geven in de webshop. De hoge bedragen worden tot nu toe vermeden. Misschien zal daar nog verandering in komen. Dit zal grotendeels aan de aanbiedingen liggen.

In de bijlage vindt u de enquête en de resultaten daarvan.

3.4 Deelvraag 2: Betalingsmogelijkheden

Welke betalingsmogelijkheden zijn van toepassing op de doelgroep?

Het aantal webshops groeit met de jaren, hierdoor kunnen de betalingssystemen niet achterblijven. Om de consument een veilig en vertrouwd gevoel te geven is het belangrijk dat deze betalingssystemen veilig en betrouwbaar zijn.

Om de klant niet te laten afhaken, is het belangrijk dat de juiste betalingsmogelijkheden worden aangeboden. Hierdoor zal de klant een betrouwbaar gevoel krijgen bij de webshop en dus sneller een bestelling plaatsen. Om dit gevoel te versterken kan de webshop de logo's waarmee de klant kan betalen weergeven op de webshop. Een andere reden om een klant niet te laten afhaken is het geven van een korte inleiding over de aangeboden betalingsmogelijkheden.

De betalingsmethode bij een webshop zijn te verdelen in 3 categorieën:

1. Creditcard betalingen
2. Traditionele betalingsvormen
3. Nieuwe betalingsvormen

Om meerdere betalingsvormen aan te bieden, kan er gebruikt gemaakt worden van een payment service provider (PSP). Dit is een bedrijf dat de gehele afhandeling van de betaling verzorgt en over het algemeen verschillende betalingsvormen aanbiedt. Er zijn 2 PSP modellen:

Distribuerende PSP, deze zorgt enkel voor de verwerkingen van de betalingen. Daarbij ontvangt de webshop direct na de transactie of dagelijks de betalingen. De webshop dient daarbij zelf te zorgen voor de administratie van de betalingen en het afsluiten van verschillende contracten met de banken etc.

Collecterende PSP, deze zorgt daarentegen zelf voor de administratie van de uitbetalingen. Dit zal periodiek gebeuren. Mocht de webshop toch dagelijks willen uitbetalen, dan zal de eigenaar transactiekosten moeten betalen.

Traditionele betalingsvormen

De traditionele betalingsvormen zijn de betalingsvormen die al jaren bestaan en nog steeds worden gebruikt. Toch wordt er steeds minder gebruik van gemaakt en stappen meer consumenten over naar de nieuwe betalingsvormen. Traditionele betalingsvormen zijn:

- Acceptgiro
- Incassomachtiging
- Overschrijving per bank
- Rembours

Nieuwe betalingsvormen

Door de toename van het online verkopen zijn er meer nieuwe betalingsvormen verschenen. Deze vormen van betalingen worden steeds populairder. De betalingsvorm iDeal is hier een goed voorbeeld van. iDeal wordt ook wel gezien als het online pinnen. Driekwart van de Nederlanders gebruikt iDeal. iDeal is alleen beschikbaar voor Nederlandse klanten. Enkele nieuwe betalingsvormen zijn:

- iDeal
- PayPal
- DirectEbanking
- Mister Cash/ Bancontact (België)
- Giropay (Duitsland)

Op de volgende pagina staat een korte omschrijving van de bovenstaande nieuwe betalingsvormen.

iDeal

iDeal is een betaalstandaard voor veilige en directe betalingen op het internet. iDeal is direct gekoppeld aan de systemen van de bank. Deze vorm van betalen is alleen te gebruiken voor Nederlandse rekeninghouders.

PayPal

PayPal is ontwikkeld voor de consument en het internet. Deze vorm van betalen kan wereldwijd gebruikt worden. In Nederland heeft 1 op de 4 online kopers een PayPal-rekening en maakt 36% van de Nederlandse webshops gebruik van PayPal.

DirectEbanking

DirectEbanking is het snelst groeiende betaalmiddel en is net als iDeal een debitcard-betaaloplossing. DirectEbanking heeft een bankonafhankelijk systeem en is voor internationale webshops zeer interessant.

Mister Cash/ Bancontact

Met Mister Cash kunnen Belgische rekeninghouders online aankopen doen met hun bankpas. Aangesloten banken zijn, Dexia, Fortis, ING, FINTRO, KBC, CBC, AXA en de VDK spaarbank.

Giropay

Giropay is de Duitse versie van iDeal. Het systeem is gebaseerd op het bestaande Duitse systeem van online-banking en is speciaal voor gebruik in E-commerce omgeving gemaakt.

Giropay is de meest gebruikte betalingsvorm in Duitsland. 75% van de Duitse consument maakt gebruik van deze betalingsvorm.

3.5 Deelvraag 3: CMS

Welk CMS systeem is het meest voor de hand liggend die aan de eisen van de opdrachtgever voldoen?

Voordat we een begin maken met ons onderzoek naar verschillende webshops zullen we eerst kijken naar het gebruikte ERP-systeem. Tilburgs Truck Parts gebruikt het ERP-systeem van Handsoft. Dit ERP-systeem hebben ze al een gehele tijd in bezit en zijn daar zeer tevreden over.

Hiervoor zal een koppeling gemaakt moeten worden met de webshop. Deze koppeling zal in overleg met de opdrachtgever en een extern bedrijf uitgevoerd worden door het externe bedrijf. Zodra deze koppeling werkt zal de voorraad te beheren zijn vanuit het ERP-systeem.

Webshop CMS systemen

Tijdens het onderzoek vergelijken we verschillende CMS-systemen voor een webshop.

Wij hebben gekozen voor de onderstaande CMS-systemen.

- Magento
- Oscommerce
- Zen Cart
- Virtuemart

In de afgelopen jaren zijn deze CMS-systemen sterk gegroeid of op een constante lijn gebleven. Er is gekozen voor bestaande CMS-systemen, omdat is gebleken dat in de loop der jaren de CMS-systemen voor webshops goed tot zeer goed zijn. Achter deze CMS-systemen zit een grote community, hierdoor is er makkelijk hulp te vinden en wordt het CMS-systeem ook constant geüpdatet (de kwaliteit blijft hoog).

De punten waaraan het CMS-systeem voor de webshop aan moet voldoen staan hieronder beschreven.

- Open source (gratis licentie)
- Onbeperkt aantal producten toevoegen
- SSL ondersteuning (voor de veiligheid)
- Producten kunnen wijzigen
- Klanten kunnen wijzigen
- Admin moet producten in order kunnen aanpassen
- Spreadsheet database kunnen uploaden
- Productattributen toevoegen
- Meerdere productafbeeldingen toevoegen
- Coupons aanmaken
- Afwijkende prijzen per klantgroep toepassen
- Template systeem
- Verzendkosten laten berekenen
- Paypal
- Paypal pro
- CMS voor extra pagina's
- Het kunnen aanpassen van de meta tags
- SEO urls
- Het kunnen afrekenen op 1 pagina
- Multi language
- Meerdere valuta ondersteuning
- Meerdere webshops met 1 cms systeem

Aan de hand van het voorafgaand onderzochte eisenpakket hebben we 4 CMS-systemen onderzocht en vergeleken. Hieronder staat een tabel met daarin alle plus en minpunten van het desbetreffende CMS-systeem.

	Magento	Oscommerce	Zen Cart	VirtueMart
Open Source (gratis)	Ja	Ja	Ja	Ja
Onbeperkt aantal producten	Ja	Ja	Ja	Ja
SSL ondersteuning	Ja	Ja	Ja	Ja
Producten wijzigen	Ja	Ja	Ja	Ja
Wijzigen klanten	Ja	Ja	Ja	Ja
Admin kan producten in order aanpassen	Ja	Nee	Plugin	Nee
Uploaden spreadsheet database	Ja	Nee	Plugin	Nee
Productattributen	Ja	Ja	Ja	Ja
Meerdere productafbeeldingen	Ja	Nee	Plugin	Ja
Coupons	Ja	Nee	Ja	Ja
Afwijkende prijzen per klantgroep	Ja	Nee	Ja	Ja
Template systeem	Ja	Nee	Ja	Ja
Verzendkosten berekenen	Ja	Ja	Ja	Ja
Paypal	Ja	Ja	Ja	Ja
Paypal Pro	Ja	Nee	Ja	Nee
CMS extra pagina's	Ja	Nee	Ja	Ja
Aanpassen meta tags	Ja	Ja	Ja	Nee
SEO URLs	Ja	Ja	Plugin	?
Afrekenen op 1 pagina	Ja	Nee	Ja	Nee
Multi language	Ja	Ja	Plugin	Ja
Meerdere valuta	Ja	Ja	Ja	Ja
Multi-store ondersteuning	Ja	Nee	Ja	Nee

De conclusie is te lezen bij het gedeelte conclusies en aanbevelingen.

3.6 Deelvraag 4 - Trends

Wat zijn de trends op het gebied van online verkoop in de sector van de opdrachtgever?

In dit document gaan we de trends van 2010, binnen de branche waar Online TruckParts zich bevindt, behandelen. Wij hebben specifiek gekeken naar de verkoop van vrachtwagenartikelen via het internet. Hier is tot nu toe weinig over te vinden. Onze doelen liggen hoger dan de webshops die tot nu toe online staan. Daarom hebben wij onderzoek gedaan naar een de retail branche. Hiermee kunnen wij ons beter identificeren.

Aan de hand van deskresearch hebben wij gekeken wat de trends binnen de retail branche van 2010 zijn. Hierbij hebben wij gebruik gemaakt van retail websites en vakbladen en marketingwebsites.

Ongewoon zakendoen

Jezelf voordoen als voorbeeldig volstaat niet meer. De roep om grote transparantie en eerlijkheid word steeds luider. Bedrijven zullen meer risico's moeten nemen in plaats van de veilige weg kiezen.

Real-time informatie.

Eerst was er de honger van de consument om elke behoefte zo snel mogelijk in te vullen (Nowism). Nu is er een sub trend ontstaan, en wel deze: Real-time informatie.

Meer en meer mensen willen alles wat zij doen mededelen aan de rest van de wereld (Twitter). De consument staat in 2010 steeds meer in verbinding met de medeconsument. Consumenten die meer specifieke zaken willen weten, na het lezen van bepaalde informatie zullen in contact willen komen met de 'schrijver'.

Stadsland

Een bepalende trend voor 2010, 2011, 2012 en verder is verstedelijking. Een eeuw geleden leefde 5% van de wereldbevolking in de stad. In 2008 was dit percentage 50%. In het jaar 2050 zal dit percentage 70% zijn, dat zijn 6,4 miljard mensen. Door deze groei zal er een beschaafde, veeleisende en vooruitstrevende, stedelijke consument ontstaan die gedurfde spullen, diensten, ervaringen, campagnes en conversatie oppikken.

Milieu-Gemak

Er zijn vele mogelijkheden te noemen van milieuvriendelijke trends. Nieuw is Eco-Easy. Terwijl de huidige goede bedoeling van de corporatie en consumenten vast helpen, zullen serieuze resultaten pas ontstaan als producten duurzamer zijn zonder dat de consument dat merkt. En als consumenten geen enkele mogelijkheid meer wordt geboden te kiezen voor minder duurzame alternatieven.

Voorbeelden hiervan zijn 'groene' gebouwen en een compleet verbod op plastic tassen.

Mobiele websites en mobiele applicaties

Mobiele toepassingen worden steeds vaker ingezet. Het mobiele internet komt nu echt van de grond in Nederland. Er wordt al jaren over gesproken, nu is het dan zo ver. Daarbij zijn er 2 verschillende soorten mobiel internet: Mobiele websites en mobiele applicaties.

Ongeveer 1,3 miljoen mensen zijn elke week op het mobiele internet te vinden. Het percentage dat elke dag online gaat is gestegen van 19% naar 40%. Onderzoeksbureau Forrester schat het aantal mensen dat in Nederlands gebruik maakt van mobiel internet in op 2,8 miljoen mensen.

Sinds de komst van de Iphone en de smartphones is de mobiele applicatie steeds populairder geworden. Vooral de mobiele applicatie voor social networking zijn populair onder de consumenten.

Van probeer- naar 'beslisconsumentisme'

De consument is niet langer een probeerconsument, maar een beslisconsument. Hij is op basis van eerder verkregen koopervaringen en de resultaten daarvan wijs geworden en zal deze ervaring toepassen op de toekomstige nemen beslissingen tot accepteren of negeren van proposities. De koper weet wat hij wil; aan de retailer de opgave erachter te komen wat dat dan is, om zo de interface te verstevigen en de consument het gevoel van co-creatie te geven.

Authenticiteit

De oude truc die inspeelt op de emoties van de koper werkt niet meer. Klanten hebben inmiddels door hoe het werkt. Na de economische recessie van het afgelopen jaar zijn mensen zich steeds meer bewust van de leegte die sommige merken met zich meebrengen. Nogmaals, authenticiteit is de nieuwe truc.

Conclusie

Het social netwerken en het milieuvriendelijke zijn vooral de trends voor 2010 in de retail branche. Uit verschillende onderzoeken kwamen deze punten vooral na voren. Door de grote groei van de stad, word de consument steeds gedurfter.

3.7 Deelvraag 5: Internet marketing

Hoe zouden we door middel van internet marketing bekendheid kunnen creëren?

Wat is online marketing?

Online marketing kan gedefinieerd worden als het bereiken van marketing doelen door internet en gerelateerde digitale technologieën zoals email of mobiele telefoon. Het is het positioneren van het bedrijf naar uw klanten en tegenover de concurrenten. Het maakt niet uit of u zaken wilt doen op landelijk of lokaal niveau. Online marketing kan op alles worden afgestemd.

Wat is het doel van online marketing?

Online marketing kan verschillende doelen hebben. Deze doelen zullen per bedrijf verschillend zijn. Wel kan er onderscheid worden gemaakt in de volgende doelen.

- Het opbouwen van naamsbekendheid of klantenloyaliteit.
- Het genereren van bezoekers.
- Het realiseren van verkopen.

Verschillende soorten online marketing.

Online marketing kan op veel verschillende manieren worden uitgevoerd. De belangrijkste manieren staan hieronder weergegeven.

- Zoekmachine marketing (SEA & SEO)
- Affiliate marketing
- Social networks
- E-mail en nieuwsbriefmarketing
- Bannering

Zoekmachine adverteren.

Ook wel bekend als 'Search Engine Advertising' afgekort SEA. Dit is het plaatsen van advertenties boven en naast de natuurlijk gevonden zoekresultaten. De advertentie wordt gekoppeld aan woorden en/of begrippen die door de zoekmachine gebruiker worden ingetypt. De adverteerder betaalt alleen voor het aantal clicks.

Voordelen

- Direct beginnen.
- Nauwelijks opstartkosten.
- Makkelijk stop te zetten en budget te kiezen.
- Eenvoudig advertentieteksten of landingspagina's kiezen.

Nadelen

- Je betaalt voor iedere bezoeker die je op je site krijgt.
- Basis is relatief simpel. Optimaliseren is een stuk moeilijker.
- Hevige concurrentie in sommige markten.

Zoekmachine optimaliseren

Ook wel bekend als 'Search Engine Optimization' afgekort SEO. Hierbij wordt het aanpassen van de techniek, de content en de linkstrategie van een website verstaan. Dit heeft als doel het beter vindbaar maken van de webpagina's bij zoekdiensten. Dit is gratis en gemakkelijk uit te voeren

Voordelen

- Bezoekers kosten geen geld.
- Meer vertrouwen onder sommige bezoekers.

Nadelen

- Lange termijn oplossing.
- Optimaliseren voor veel woorden is extra tijdrovend.

Affiliate marketing

Door middel van affiliate marketing worden bezoekers gestuurd via andere websites/nieuwsbrieven/zoekmachines. De adverteerder betaalt voor elke bezoeker/sale die hij stuurt via zijn/haar website/nieuwsbrieven/zoekmachines.

Affiliate marketing is efficiënt, omdat men eerst resultaat krijgt voordat hij/zij geld moet betalen. Alleen als er verkoop uit het affiliate programma op een website voortkomt, betaalt de adverteerder een vergoeding aan de affiliate.

Social networks

Social Media is vooral te gebruiken om je bedrijf meer naamsbekendheid en vertrouwen te geven. Via social media kan dit snel en goedkoop. Het is een soort online mond-tot-mondreclame.

Social media netwerken:

- Twitter
- Blog
- LinkedIn
- Facebook
- YouTube
- Hyves

E-mail en nieuwsbriefmarketing

Onder e-mail marketing verstaan we het versturen van uitgaande e-mailcampagnes. Of het nu gaat om een reguliere e-mailniewsbrief of om eenmalige e-mailacties. Via deze e-mails vergroot je het aantal bezoekers. Hoe groter je mailinglist hoe meer bezoekers.

Bannering

Interactieve banners trekken veel meer aandacht dan simpele beeldadvertenties. En dankzij interactie onthouden bezoekers uw boodschap veel beter. Dit zorgt voor terugkerende bezoekers.

4. Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusies

Tijdens het uitvoeren van het kwalitatief onderzoek hebben we antwoord gegeven op de desbetreffende deelvragen. Deze deelvragen zijn belangrijk voor het slagen van de webshop. Uit dit onderzoek kunnen we dus een aantal conclusies trekken. Deze conclusies hebben we gescheiden aan de hand van de deelvragen.

Deelvraag 1

Uit onderzoek blijkt dat de doelgroep die we willen benaderen al ervaring heeft met het kopen van producten in webshops. Aangezien deze doelgroep er al ervaring mee heeft stellen zij een aantal eisen op. Deze eisen hebben voornamelijk met de menustructuur en de service naar de klanten toe te maken. Al deze eisen hebben we in kaart gebracht waardoor we hiermee niet de fout in kunnen gaan.

We kunnen uit het onderzoek ook opmaken dat de doelgroep niet elke dag op de hoogte willen worden gehouden van alle aanbiedingen en acties. Ze zullen kijken en kopen wanneer ze daar zin in hebben. Het is niet nodig om klanten telkens naar de webshop te trekken. Dit brengt alleen maar nadelen met zich mee.

Deelvraag 2

Het aantal mogelijkheden wat betreft de betalingen zal niet enorm hoog liggen. De meeste klanten zijn gewend om met iDeal te betalen. Dit zal ook in de webshop verwerkt worden. De mogelijkheid om te betalen met PayPal zal worden toegevoegd en voor de klanten uit België hebben we ook een apart betalingssysteem (Mister Cash/Bancontact). Het overschrijven via de bank is natuurlijk ook mogelijk.

Al deze betalingsmogelijkheden spreken voor zich en zullen wij verwerken in de webshop. We hebben er zelfs nog een aantal mogelijkheden aan toegevoegd waardoor er meerdere klanten zullen worden voorzien in hun eisen. Hiermee zal de klantvriendelijkheid van de webshop toenemen.

Deelvraag 3

Uit het CMS onderzoek is gebleken dat Magento en Zen Cart op het gebied van CMS-systemen voor webshops voldoen aan de eisen. Oscommerce is makkelijk te gebruiken en geschikt voor een standaard webwinkel, maar helaas niet geschikt voor de toekomst.

VirtueMart is een uitbreiding van Joomla en is een goed CMS-systeem voor webwinkels. Toch mist VirtueMart een aantal punten waardoor het achter blijft op Magento en Zen Cart.

Zen Cart is een goed alternatief voor Oscommerce en VirtueMart. Zen Cart is uitgebreid en door het installeren van plugins is dit CMS-systeem ver uit te breiden.

Magento is de grote winnaar van de 4. Magento is het snelst groeiende eCommerce platform. Het is een zeer uitgebreid systeem. Alle functies worden op voorhand geïnstalleerd. Het ziet er goed uit en het werkt goed. Een aantal bedrijven die gebruik maken van Magento zijn:

- Samsung
- Lenovo
- Nespresso
- 3M
- The North Face

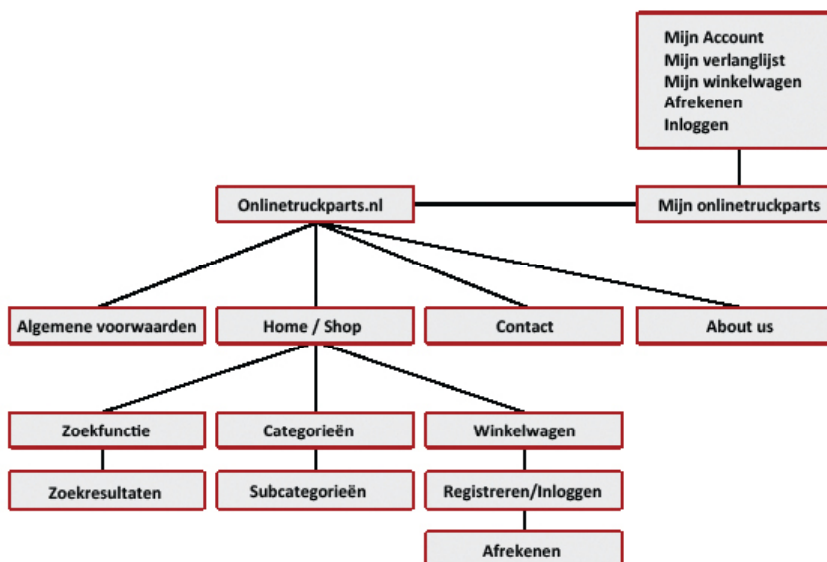
Deelvraag 4

Nadat we ons onderzoek naar de trends hadden afgerond viel ons meteen iets op. Het gebruik van social media wordt zeer aangeraden. Iedereen heeft/gebruikt het. Daarom hebben wij er over nagedacht om Facebook en/of Twitter te gaan gebruiken bij de webshop. Hyves is ook een mogelijkheid, alleen is het nog niet bekend of de doelgroep hiermee te bereiken is. Er zal voor gezorgd moeten gaan worden dat Online TruckParts naamsbekendheid krijgt. Dit zal mede door middel van het gebruik van social media gerealiseerd.

4.2 Concept- en/of projectvoorstellen

In dit hoofdstuk komt het design, de indeling en de functionaliteiten van de webshop aan bod. Uit de CMS-pakketselectie is gebleken dat Magento het meest voldeed aan de eisen van Online TruckParts. Door het groot aantal eigenschappen, functionaliteiten en updates van Magento is dit CMS-systeem ook klaar voor de toekomst. Een groot aantal functies zijn makkelijk in te stellen, Magento is verder uit te breiden door middel van downloadbare modules (gratis en betaald).

In het onderstaande content schema is te zien welke informatie er te vinden is in webshop.



4.3 Huisstijl

Online TruckParts moet natuurlijk in het bezit zijn van een eigen huisstijl. Zonder een vaste huisstijl zal het bedrijf minder bekendheid krijgen. Wij hebben ervoor gekozen om de hoofdletters van Online TruckParts te gebruiken voor het logo. Hierdoor is het duidelijk en herkenbaar. Het door ons ontwikkelde logo zal gebruikt worden voor briefpapier, promotiemateriaal, nieuwsbrieven en de webshop.



4.4 Indeling webshop

Aan de hand van het content schema en het gebruikersonderzoek hebben wij een indeling gemaakt voor de webshop van Online TruckParts.

Wij hebben een design ontworpen voor 3 pagina's van de webshop, dit zijn:

- Homepagina
- Productenpagina
- Betalingspagina

Deze pagina's hebben ten opzichte van elkaar een andere indeling.

Op de Home pagina hebben wij gebruik gemaakt van een slideshow. De bedoeling is dat de klanten hierdoor worden getriggerd. De aanbiedingen die zich in deze slider bevinden zijn gemakkelijk aanpasbaar.

De indeling hebben wij zodanig gepositioneerd dat elk product duidelijk te zien is en dat de betaling zich in één venster zal afronden. Hierdoor zullen de klanten die een product willen aanschaffen niet afhaken of annuleren.

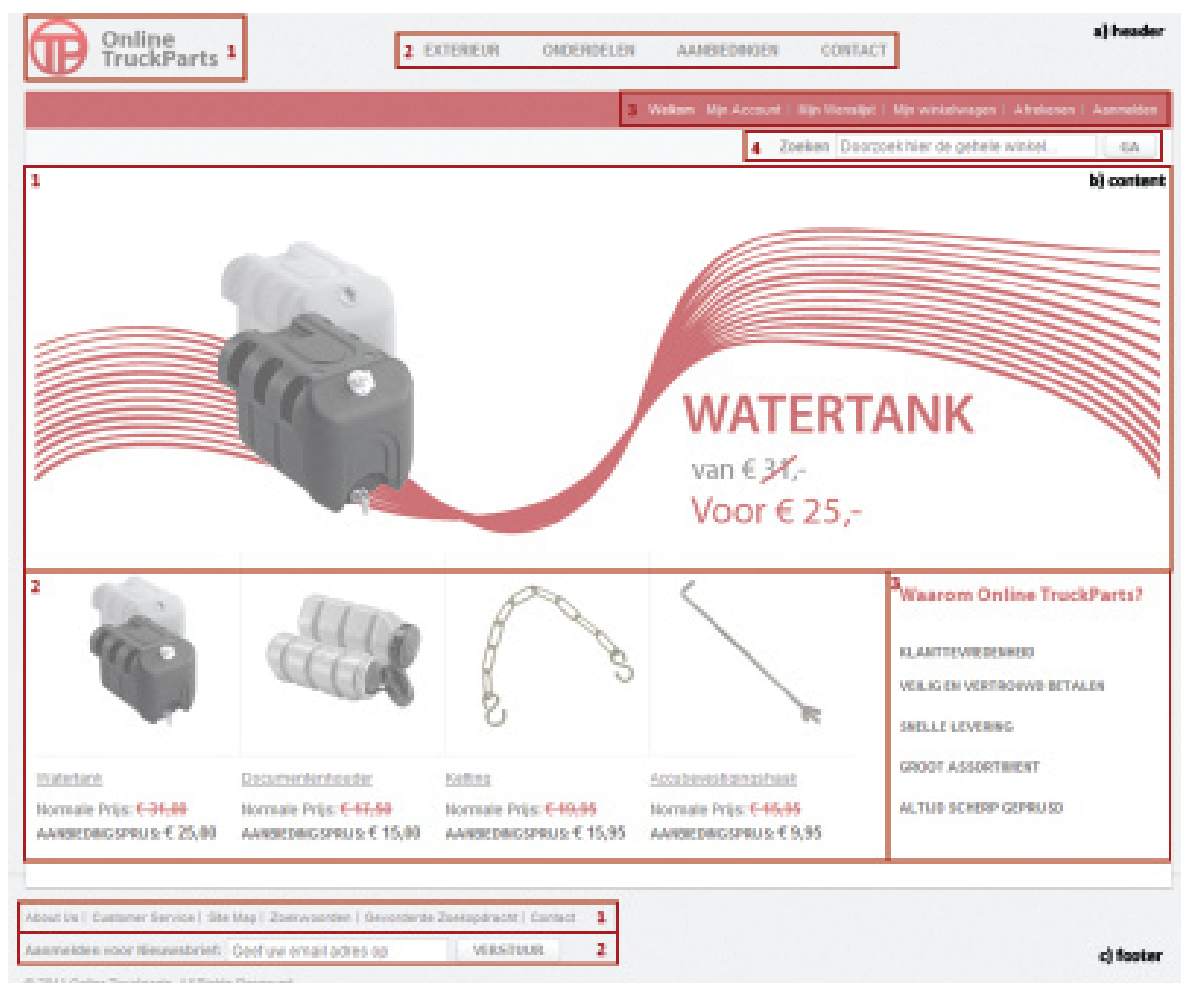
Op elke pagina zal het hoofdmenu en de footer constant zichtbaar zijn. De klant/bezoeker heeft dus telkens de keuze om naar een andere pagina te gaan. Hierdoor is de webshop erg gebruiksvriendelijk.

In de footer zullen informatie pagina's worden getoond. Voor al uw vragen kunt u altijd hier terecht. Ook is er constant de mogelijkheid om jezelf te abonneren op de nieuwsbrief.

Homepagina

De homepagina is de welkomspagina voor de klant, op deze pagina staan:

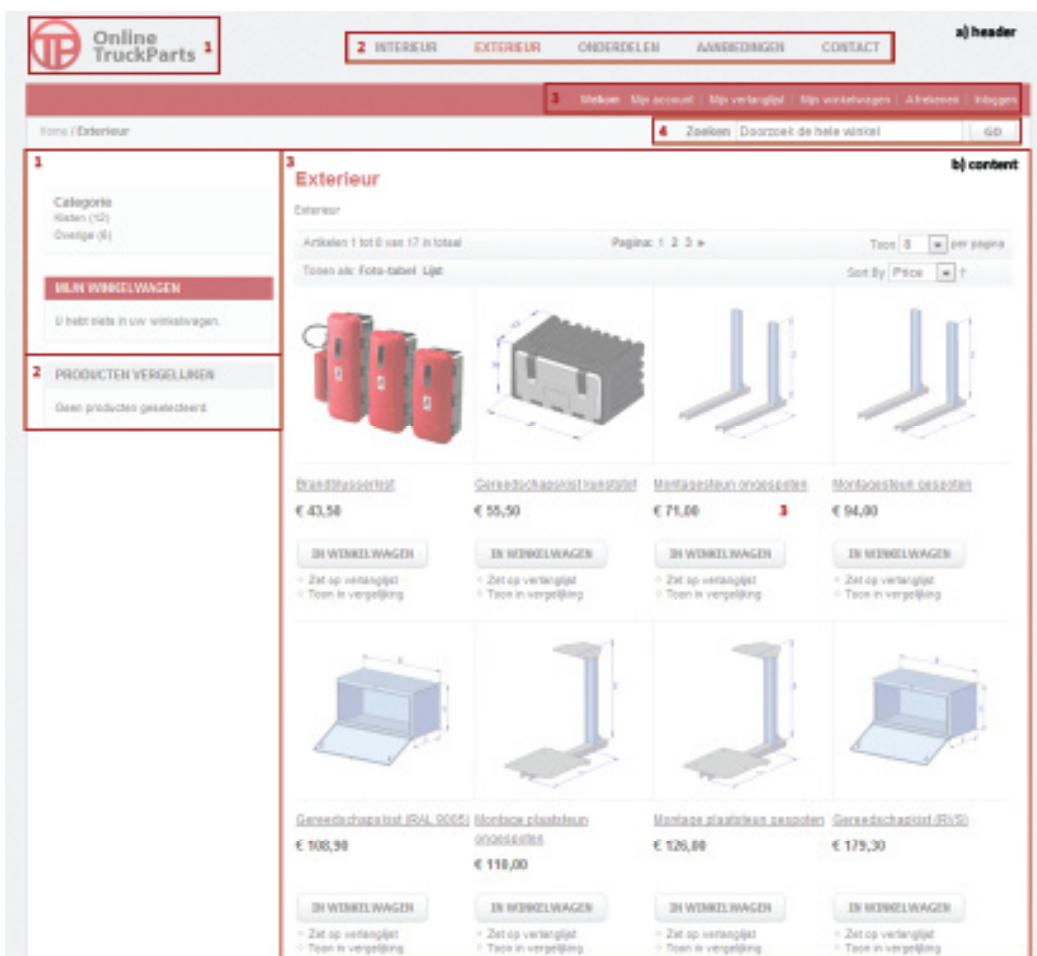
- a) Header
 - 1 Logo (Via het logo kan de gebruiker terug gaan naar de homepagina)
 - 2 Hoofdmenu (Hoofdcategorieën worden weergegeven, subcategorieën klappen uit.)
 - 3 Gebruikersmenu (Via dit menu kan de gebruiker naar zijn gegeven en winkelwagen gaan)
 - 4 Zoekfunctie (met deze functie kan de gebruiker zoeken naar producten)
- b) Content
 - 1 Aanbiedingen slideshow (een slider met een grote afbeelding van een aanbieding)
 - 2 Aanbiedingen clickable products (4 producten) (producten die in de aanbieding zijn)
 - 3 Informatie links (informatie waarom je Online TruckParts moet kiezen)
- c) Footer
 - 1 Servicemenu (about us, klantenservice) (via deze linkjes kan extra informatie verkregen worden)
 - 2 Nieuwsbrief aanmelden (gebruikers kunnen zich aanmelden voor een nieuwsbrief)



Productenpagina

De productenpagina is de pagina waar alle producten in worden weergegeven. Op deze pagina staan:

- a) Header (zie uitleg homepage)
 - 1 Logo
 - 2 Hoofdmenu
 - 3 Gebruikersmenu
 - 4 Zoekfunctie
- b) Content
 - 1 Categorieën/ Winkelwagen (hier worden de subcategorieën weergegeven of de winkelwagen)
 - 2 Vergelijk producten (hier worden een vergelijkingslijst van de vergeleken producten weergegeven)
 - 3 Producten (een pagina met alle producten incl. afbeeldingen uit een categorie)



Betalingspagina

- a) Header (zie uitleg homepagina)
 - 1 Logo
 - 2 Hoofdmenu
 - 3 Gebruikersmenu
 - 4 Zoekfunctie
- b) Content
 - 1 Voortgang bestelling
 - 2 Factuur adresgegevens (de naw gegevens van de persoon waar de factuur voor is)
 - 3 Verzendgegevens (indien een ander ontvangstadres, kan dat op deze pagina ingevuld worden)
 - 4 Verzendwijze (hier worden de verzendkosten getoond)
 - 5 Betalingswijze (een keuze uit verschillende betaalmethodes)
 - 6 Bestelling controle (extra controle van de bestelling)
- c) Footer (zie uitleg homepagina)
 - 1 Servicemenu (about us, klantenservice)
 - 2 Nieuwsbrief aanmelden

The screenshot shows the 'Afrekenen' (Checkout) page of the Online TruckParts website. The page is divided into several sections, each annotated with a red box and a number:

- 1 a) header:** The top navigation bar containing the Online TruckParts logo, a main menu (INTERIEUR, EXTERIEUR, ONDERDELEN, AANBEEDINGEN, CONTACT), a user menu (Welkom, Mijn account, Mijn verlanglijst, Mijn winkelwagen (1 artikel), Afrekenen, Inloggen), and a search bar.
- 2 b) content:** The main checkout area, which includes:
 - 1 Voortgang Bestelling:** A sidebar showing the progress of the order (FACTUURADRES, AFLEVERADRES, VERZENDWIJZE, BETALINGSWIJZE).
 - 2 Afrekenen:** The main checkout form, which is divided into:
 - 1 Checkout Method:** A section for choosing a payment method, with options for 'Eenmalige aankoop' and 'Bewaar mijn gegevens voor een volgende keer'.
 - 2 Voor het eerst in deze webshop?:** A section for new users to create an account.
 - 3 Inloggen:** A section for existing users to log in with their email address and password.
 - 4 2. Betalingsgegevens:** A section for payment details.
 - 5 3. Verzendgegevens:** A section for shipping details.
 - 6 4. Verzendwijze:** A section for shipping method.
 - 7 5. Betalingswijze:** A section for payment method.
 - 8 6. Controleer uw bestelling:** A section for reviewing the order.
- 3 c) footer:** The bottom of the page, containing a newsletter sign-up form and the copyright notice.

De uiteindelijke webshop zal online te zien zijn op www.onlinetruckparts.nl.

4.5 De functionaliteiten

De webshop voor Online TruckParts maakt gebruik van verschillende functionaliteiten. Hieronder beschrijven we de functionaliteiten.

Beheer

Er wordt gebruik gemaakt voor een uitgebreid beheerderspaneel. De opdrachtgever zal de webshop onderhouden, waardoor de webshop up-to-date blijft. De productfoto's worden door de leverancier aangeleverd of zullen professioneel gefotografeerd worden met een witte achtergrond. Op deze manier komen de productfoto's goed naar voren en sluiten ze goed aan bij de vormgeving van de webshop. Per product kunnen er meerdere foto's toegevoegd worden.

Met het beheerderspaneel kan de beheerder gemakkelijk de gewenste instellingen toepassen.

- Toevoegen en aanpassen van producten
- Verzendingen beheren
- Betalingen beheren
- Orders afhandelen
- Nieuwsbrief maken en verzenden
- Klanten beheren
- Promotie beheren

Betalingen en verzendingen

De webshop ondersteunt verschillende betalingsmethodes en zal bij verzendingen gebruiken van DPD.

De betalingsmethodes waar de klant gebruik van kan maken zijn:

- iDeal
- Bankoverboeking (Nederland en België)
- Mister Cash (België)
- PayPal

De bovenstaande betalingsmethodes zullen geactiveerd zijn. Indien Online TruckParts zich gaat richten op het buitenland kan de beheerder Giropay (Duitsland), creditcard en/of het betaalsysteem DIRECTebanking activeren.

De bezorgkosten zullen op basis van gewicht worden berekend.

Hoofdzakelijk worden de orders met DPD verzonden. De bezorgkosten zijn als volgt:

- < 1kg gratis
- 1kg – 20kg 10,00 euro
- 20kg – 40kg 39,50 euro
- > 40kg 49,50 euro

Winkelwagen

Wanneer de klant een product in de winkelwagen plaatst, kan er gekozen worden om verder te winkelen of de bestelling af te ronden. De klant kan op dat moment ook de verzendkosten laten berekenen.

Bij het afronden van een bestelling krijgt de klant de keuze om als gast, nieuwe klant of bestaande klant te bestellen. Bij het bestellen als gast of als nieuwe klant, dienen de nodige NAW-gegevens ingevuld te worden.

Voor de nieuwe klant zal dan een account aangemaakt worden.

De bestaande klant heeft een keuze om in te loggen.

Indien er een ander afleveradres is, dan is de volgende procedure het invullen van de verzendgegevens. Indien het afleveradres hetzelfde is als het factuuradres, dan kan men de keuze “Factuuradres gebruiken” aanvinken.

De volgende stap is het tonen van de verzendkosten. Hierna zal de klant een betalingsmethode kunnen kiezen.

De laatste stappen zullen het controleren, het plaatsen en het betalen van de bestelling zijn.

Zodra de bestelling is geplaatst krijgt de klant een order- en betalingsbevestiging. De beheerder zal op dat moment een melding krijgen dat er een bestelling is geplaatst.

Zoeken (geavanceerd zoeken)

De klant heeft de keuze uit een standaard zoekfunctie en een geavanceerde zoekfunctie. Om snel een product te zoeken gebruikt de klant de standaard zoekfunctie. Bij geavanceerd zoeken kan de klant bijvoorbeeld zoeken op een bepaald prijsbereik, artikelnummer en/of omschrijving.

Nieuwsbrief

De klant kan zich op de webshop inschrijven voor een nieuwsbrief. Een geregistreerde klant wordt automatisch ingeschreven voor een nieuwsbrief. Via een extern cms mailsysteem bediend Online TruckParts de klanten van de webshop. Dit systeem heeft de voorkeur omdat het ervoor zorgt dat de nieuwsbrieven niet in de spam terecht komt. Het standaard nieuwsbriefsysteem van magento is niet compatible met hotmailadressen. Deze verdwijnen dus wel in de spambox. Via het beheerderspaneel kan de beheerder een nieuwsbrief aanmaken en versturen. De klant kan zich op elk gewenst moment uitschrijven voor de nieuwsbrief.

Klant account

Een geregistreerde klant heeft de mogelijkheid om de onderstaande functies te gebruiken.

- Recente orders bekijken, opnieuw bestellen
- Account gegevens/ adresgegevens wijzigen
- Nieuwsbrief afmelden
- Eigen productreviews bekijken
- Eigen tags bekijken

Breadcrumbs (Broodkruimels)

Met breadcrumbs kan de beheerder zien waar de gebruiker zich op de webshop bevindt.

Aanbiedingen

De aanbiedingen worden op de homepage getoond. Zo worden de aanbiedingen direct onder de aandacht van de klant gebracht. Hierbij wordt er gebruikt gemaakt van banners en klikbare producten.

Productfoto

De productfoto's hebben een zoomfunctie, zodat de klant het product beter kan bekijken. Elk product kan meerdere foto's hebben.

E-mailbevestiging

Na het plaatsen en betalen van een order, krijg de klant een bevestiging per mail. Hierin staan de ordergegevens, betalingsmethode, verzendmethode en de NAW-gegevens.

Statistieken

In het beheerderspaneel kan de beheerder verschillende statistieken bekijken.

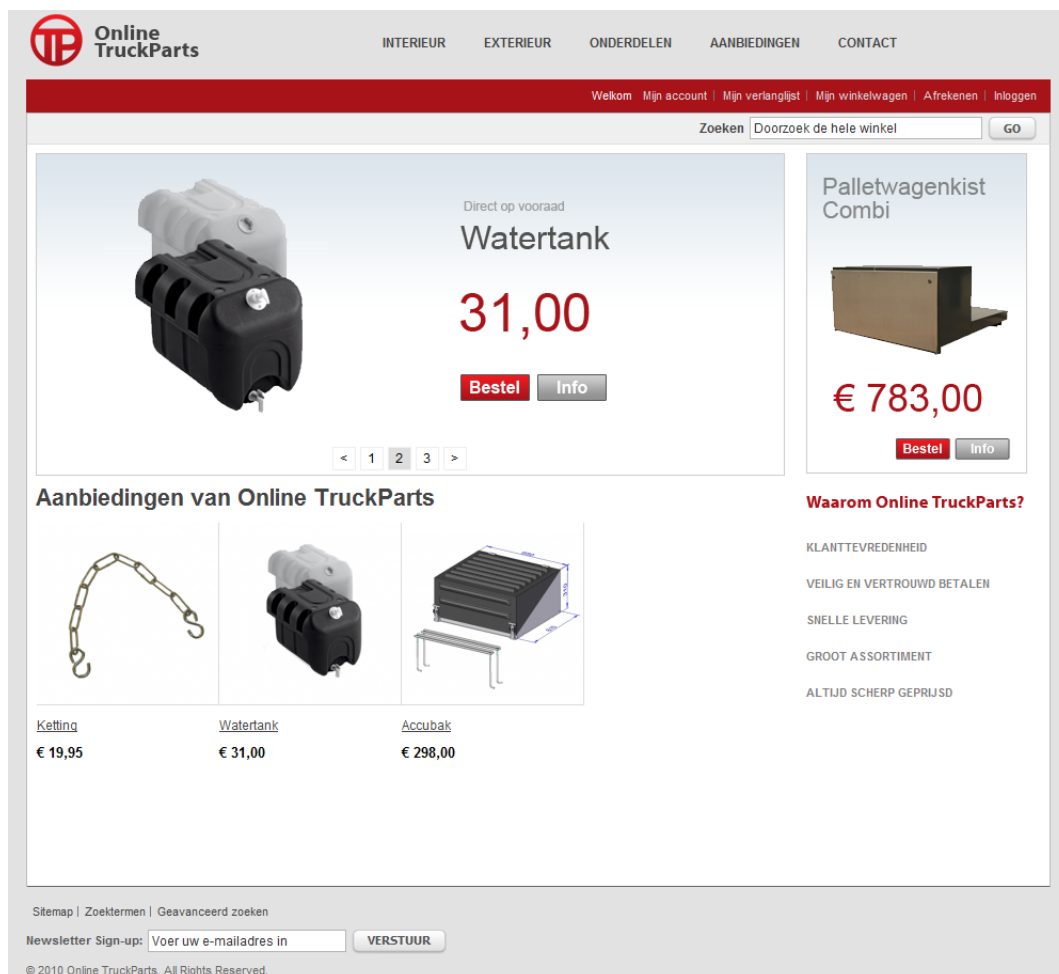
- Verkooptotaal (vanaf de eerste bestelling)
- Gemiddelde aantal orders (in euro's)
- Laatste 5 bestellingen
- Laatste 5 zoektermen
- Top 5 zoektermen
- Meest verkochten producten
- Meest bekeken producten
- Nieuwe klanten
- Vaste klanten
- Aantal bestellingen per dag, per week, maand, jaar en afgelopen 2 jaar
- Aantal bedragen per dag, per week, maand, jaar en afgelopen 2 jaar.

4.6 Design

Op basis van het onderzoek, functionaliteiten, de huisstijl en de webshop indeling hebben wij een design gemaakt.

Hierbij hebben we gebruikt gemaakt van de huisstijlkleuren van Online TruckParts. Dit geeft de webshop een strakke en rustige uitstraling. Het design is voortgekomen na de doelgroepanalyse, concurrentieanalyse en het gebruikersonderzoek.

Een aantal afbeeldingen van het eerste concept.



Homepagina (concept)

Productpagina

INTERIEUR **EXTERIEUR** ONDERDELEN AANBIEDINGEN CONTACT

Wekom | Mjn account | Mjn verlanglijst | Mjn winkelwagen | Afrekenen | Inloggen

Home / Exterieur

Zoeken

Exterieur

Artikelen 1 tot 8 van 17 in totaal Paginat: 1 2 3 ▶ Toon 8 per pagina

Tonen als: Foto-tabel Lijst Sort By: Price ↑

Brandblusserkist € 43,50 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Gereedschapskist kunststof € 55,50 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Montagesteun ongespoten € 71,00 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Montagesteun gespoten € 94,00 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking
Gereedschapskist (RAL 9005) € 108,90 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Montage plaatsteun ongespoten € 110,00 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Montage plaatsteun gespoten € 126,00 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking	Gereedschapskist (RVS) € 179,30 IN WINKELWAGEN ◦ Zet op verlanglijst ◦ Toon in vergelijking

Betaalpagina

INTERIEUR EXTERIEUR **ONDERDELEN** AANBIEDINGEN CONTACT

Wekom | Mjn account | Mjn verlanglijst | Mjn winkelwagen (1 artikel) | Afrekenen | Inloggen

Zoeken

Afrekenen

1 Checkout Method

VOOR HET EERST IN DEZE WEBSHOP?

Bewaar uw gegevens. Dat werkt aneler en makkelijker.

☐ Eenmalige aankoop. Geen account aanmaken

☒ Bewaar mijn gegevens voor een volgende keer

Voordelen van een account

Bewaar uw gegevens. Dat werkt aneler en makkelijker.

- Maar één keer invoeren, inzicht in uw eerdere bestellingen, met een muiklik opnieuw bestellen
- Extra mogelijkheden: verlanglijst (bookmarks), meerdere afleveradressen, tags, reviews, etc.

INLOGGEN

Een vorige keer uw gegevens bewaard?

U kunt heronder inloggen met uw e-mail adres en wachtwoord.

E-mailadres *

Wachtwoord *

* Verplichte velden

[Uw wachtwoord vergeten?](#)

2 Betaalgegevens

3 Verzenggegevens

4 Verzendwijze

5 Betalingsgegevens

6 Controleer uw bestelling

Sitemap | Zoektermen | Geavanceerd zoeken

Nieuwsletter Sign-up:

© 2010 Online TruckParts. All Rights Reserved.

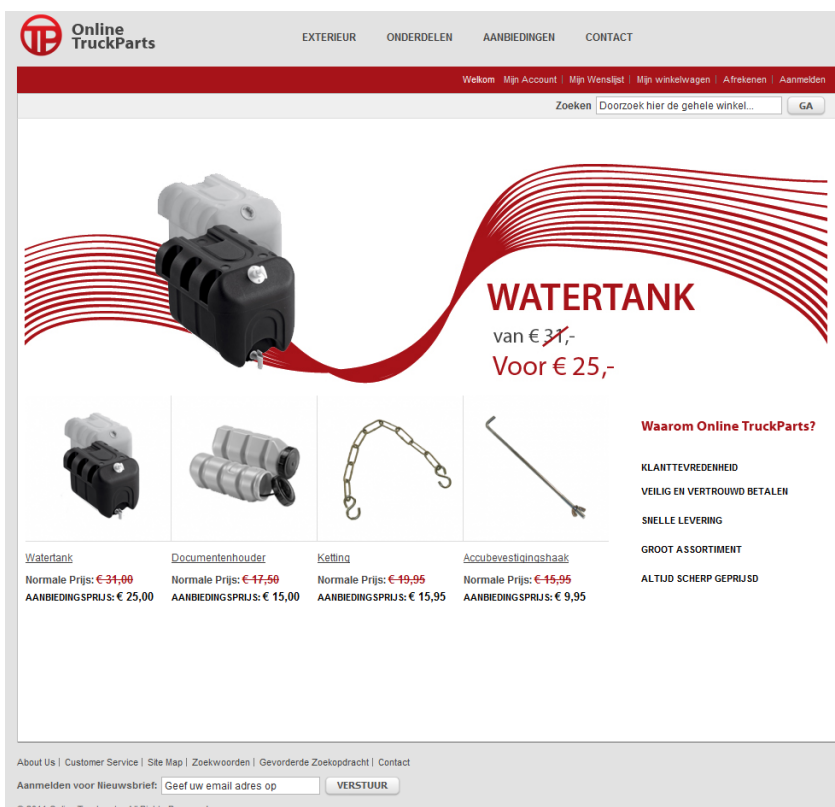
4.7 Realisatie

Op basis van het concept is de webshop van Online TruckParts gerealiseerd. De webshop zal te vinden zijn via www.onlinetruckparts.nl.

Het uiteindelijke design is niet veel veranderd ten aanzien van het concept op de vorige pagina's. Het contentgedeelte op de homepagina heeft een kleine aanpassing gehad. De banner aan de rechterkant is verwijderd en de slider is nu te zien over de gehele breedte van de webshop. De afbeeldingen van de slider zijn aangepast om het product mooier en beter na voren te laten komen. De tekst kleur van 'Waarom Online TruckParts' is ook aangepast, om het duidelijker te maken voor de gebruiker.

Aan de product en betaalpagina is niks veranderd ten aanzien van het concept. Een aantal functionaliteiten zijn aangepast, zo is er een nieuwe module voor de slider gebruikt. Deze is makkelijker te gebruiken door de beheerder. De Nederlandse vertaling is op een aantal punten verbeterd en de betaalmethodes zijn per land toegewezen.

Hieronder vind u het uiteindelijke resultaat van de aangepaste homepagina.



Homepagina

Social Media

Uit ons onderzoek bleek dat er met social media erg veel mogelijk is. Het aantal bezoekers zouden drastisch verhoogd kunnen worden door een correct en dagelijks gebruik van verschillende social media.

Twitter en Facebook zijn voor Online TruckParts de 2 belangrijkste websites. Hiermee zullen ze de producten promoten en automatisch naamsbekendheid krijgen. De klant heeft de mogelijkheid om een product met 1 klik op zijn Facebook pagina te plaatsen, hierdoor zal het product worden gepromoot.. Via Twitter kunnen berichten geplaatst worden over o.a. acties en nieuwe producten. Ook is de nieuwsbrief gekoppeld aan Twitter. Deze zal, zodra deze is verzonden, op Twitter verschijnen.

Daarom hebben we op beide sites een Online TruckParts account aangemaakt. Hier kan men meteen mee aan de slag.

“



Online TruckParts
Zojuist online, gloednieuwe webshop voor [#vrachtwagenartikelen](#)
<http://www.OnlineTruckParts.nl> - Zonder twijfel de beste

”

Twitter voorbeeld

Nieuwsbrief

Onderstaande afbeelding is de nieuwsbrief van Online TruckParts. Dit nieuwsbrievensysteem is gratis onttzettend gemakkelijk in het gebruik. Je kiest een van de vele templates, je maakt je eigen template of kiest elke keer een andere. De indeling is nader te bepalen, waarnaar de nieuwsbrief gevuld kan worden. Producten zijn clickable waardoor de interactieve nieuwsbrief zorgt voor meerdere aankopen per bezoeker, vaste klanten etc.

Het is zelfs mogelijk om nu al de wekelijkse, maandelijkse, jaarlijkse nieuwsbrieven te maken en te plannen.

Het systeem verzend de nieuwsbrieven op de gewenste tijd. In de nieuwsbrief zal er een verwijzing naar Twitter en Facebook zijn, zodat alles met elkaar gecombineerd worden.

**Online
TruckParts**

Online TruckParts Aanbieding!



Gereedschapskist RAL 9005
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In fringilla elementum justo, ac aliquam quam mattis sit amet. Vivamus augue tellus, luctus et dapibus eget, sagittis eu dui. Cras risus nulla, laoreet ac placerat sit amet, venenatis in urna. Quisque nec

Gereedschapskist Europa
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In fringilla elementum justo, ac aliquam quam mattis sit amet. Vivamus augue tellus, luctus et dapibus eget, sagittis eu dui. Cras risus nulla, laoreet ac placerat sit amet, venenatis in urna. Quisque nec

[Twitter](#) | [Facebook](#) | [forward to a friend](#)

Copyright © 2011 Online TruckParts, All rights reserved.
U ontvangt deze nieuwsbrief omdat u bent aangemeld bij
www.onlinetruckparts.nl
[Uitschrijven](#) | [update profiel](#) | [bekijk email in browser](#)

5. Trajectbeschrijving

5.1 Initiatiefase

Om duidelijkheid te verkrijgen over de opdracht zijn we eerst samen met de opdrachtgever rond de tafel gaan zitten. Tijdens dit gesprek kwamen er een aantal belangrijke dingen naar voren, namelijk de eisen waaraan de webshop moest voldoen.

Hierover hebben we afspraken gemaakt. Ook is hier de basis voor het onderzoek gelegd. Aan de hand hiervan hebben wij een plan van aanpak gemaakt in combinatie met een globale planning. Daarna is het plan van aanpak doorgesproken met Tilburgs Truck Parts om tot een overeenkomst te komen.

5.2 Onderzoeksfase

Het eerste wat we uit zullen voeren is het vooronderzoek. Dit dient ervoor om bekend te worden met e-commerce en wat er allemaal bij komt kijken. Daarnaast zullen er nog een aantal punten onderzocht moeten worden. Dit moet gebeuren om de door ons gestelde deelvragen te beantwoorden.

Tijdens deze onderzoeksfase zijn er een aantal dingen geanalyseerd:

- Doelgroep
- Betalingsmogelijkheden
- Trends
- Online marketing
- Pakketselectie (CMS)

5.3 Realisatiefase

Nadat we alle onderzoeken hadden afgerond zijn we begonnen met het realiseren van de webshop. Het gekozen webshop cms pakket 'Magento' is geïnstalleerd op de aangeschafte webruimte voor Online TruckParts.

Het design van de webshop zal door middel van een 'thema' gemaakt worden. Deze thema's zijn voor iedereen verkrijgbaar. Wij hebben een bestaand thema zodanig aangepast tot een uniek Online TruckParts thema.

Ook zijn er de nodige plugins gezocht en geïnstalleerd. Hierdoor hebben we de webshop uitgebreider kunnen maken. Met behulp van deze plugins heeft onze webshop een professioneel uiterlijk gekregen. De aanwezige slideshow zal menig bezoeker opvallen. De producten die hierin verschijnen zijn in de aanbieding. Verder zijn er de een aantal wijzingen gemaakt in het CMS van de webshop.

5.4 Implementatiefase

De webshop zal, nadat wij onze stage hebben voltooid, onderhouden moeten worden. In samenspraak met dhr. F. Tilburgs hebben we besloten om 2 medewerkers een cursus te geven hoe de webshop te onderhouden. We hebben een presentatie gegeven voor deze 2 medewerkers. Hierin zijn we ingegaan op de basisfuncties van de webshop. Hoe een product toe te voegen, categorieën aan te maken, de voorraad beheren en andere belangrijke toepassingen. Tijdens deze cursus zorgen we ervoor dat de medewerkers zelf ook mee kunnen klikken. We vragen ze dus om een product toe te voegen zodat ze zien hoe het werkt.

Hierbij zal een handleiding gegeven worden zodat als wij er niet meer zijn ze toch vooruit kunnen en niet meteen vastlopen. Het is de bedoeling om deze handleiding en informatie in de toekomst over te dragen aan een part-time medewerker.

Deze handleiding staat in de bijlage.

Samen met dhr. F. Tilburgs hebben we ook afgesproken om na de stage nog contact te houden. Als hij iets drastisch aangepast wil hebben op de webshop kan hij ons daarvoor inschakelen.

5.5 Drempels

Net als bijna ieder project, heeft ook dit project drempels gekend.

Nadat wat onze onderzoeken hadden afgerond dachten we dat we daarmee klaar waren. Maar zodra de ontwikkeling van de webshop op rolletjes liep, kregen we toch meer vraagstukken voorgeschooteld. Deze vraagstukken hebben we eerst opgelost voordat we verder gingen met de ontwikkeling van de webshop.

Deze vraagstukken hadden voornamelijk betrekking op de integratie van producten in de webshop en de promotie van de webshop. Het gebruikte ERP-systeem van Tilburgs Truck Parts is niet geschikt voor Magento. Hiervoor hebben we, samen met White (Webdesignbureau), erg lang een oplossing gezocht maar helaas niet gevonden. Dit was onze grootste drempel omdat we hiermee veel tijd hebben verloren en het uiteindelijk niet op hebben kunnen lossen.

Reflectie

Terugblik op de stageopdracht

De stageopdracht voor Tilburgs Truck Parts (Online TruckParts) is voor ons erg leerzaam geweest. Het opzetten van een webshop vergde meer tijd en werk, dan we hadden verwacht. Een webshop opzetten zonder idee en onderzoek heeft geen doeltreffende en efficiënte werking. Er komt veel meer bij kijken, bij het opzetten van een webshop.

Na het bedenken van de deelvragen, zijn we begonnen met het zoeken van antwoorden. Hier ging meer werk in zitten dan we hadden verwacht. Tijdens het programmeren en aanvullen van de webshop kwamen er nieuwe onderzoeken. Deze nieuwe onderzoeken zijn meteen verwerkt.

Tijdens onze stage, is er gesproken met de huidige websitebeheerders van Tilburgs Truck Parts. Deze kwam met het idee de webshop te koppelen aan het ERP systeem van Tilburgs Truck Parts. Doormiddel van deze koppeling kan de webshop de voorraad direct bijhouden. Dit is door ons onderzocht en uitgeprobeerd, jammer genoeg heeft dit voor ons niet het gewenste resultaat opgeleverd. Het ERP systeem bleek niet compatible met Magento. Het onderzoek ging goed. Informatie was redelijk gemakkelijk te vinden. Alleen hadden we meer response van de doelgroep verwacht. Tijdens het onderzoek kwamen er een aantal nieuwe deelvragen bij.

Evaluatie verwachtingen theorie & praktijk

Wij hebben een aantal dingen die wij tijdens colleges op school hebben geleerd toegepast tijdens onze stage. Dit is vooral toegepast op het onderzoek en scriptie.

Omdat dit een duo-stage was, was het teamverband met elkaar en het bedrijf belangrijk. Doordat we beide sterke en zwakke punten hadden, konden we elkaar goed aanvullen. De sterke punten van Luuk Driessen lagen vooral bij het communicatie gedeelte en van Maurichino Zschüschen bij het ICT en design gedeelte. Jammer genoeg waren wij binnen het bedrijf de enige met kennis van ICT, Media en Design. De communicatie liep daardoor soms niet goed. Dit is snel verbeterd, door afspraken te maken en 2 aanspreekpunten te hebben.

Als studenten van IMD was het in het begin moeilijk om ons thuis te voelen binnen het bedrijf. De mensen bij Tilburgs Truck Parts zijn gespecialiseerd in een andere richting dan ons. Later is dit verbeterd, doordat ze open stonden voor alles en zo werd de communicatie met elkaar beter.

Tijdens onze stage hebben we de 3 aspecten van IMD (ICT, design en communicatie) kunnen uitvoeren.

Hierdoor is voor ons duidelijk naar voren gekomen, welke richting wij op willen. Dit is vooral de communicatie en design richting.

Het maken van grote webshop was voor ons beide de eerste keer. Dit was een uitdaging en is ons zeer goed bevalen. Het bouwen, ontwerpen en promoten van webshops is voor ons een optie voor de toekomst.

Wat hebben wij geleerd?

Wij hadden voor deze stage gekozen, omdat de opdracht ons aantrekkelijk leek en om onze kennis uit te voeren in de praktijk.

Ondanks de niet aanwezige ICT, design en communicatie kennis, hebben wij deze stage toch veel geleerd en zo onze kennis uitgebreid. Onze kennis over Magento (webshop CMS) en het promoten via internet is erbij gekomen.

Ook hebben we erg veel geleerd over het realiseren van een project en dat het communiceren met de opdrachtgever tot en met het opleveren van het project heel belangrijk is. We hebben geleerd dat feedback krijgen en de wensen van de opdrachtgever te krijgen heel belangrijk is. Het vastleggen van de wensen en afspraken op papier is een zeer belangrijk punt tijdens onze stage geweest.

Beide hebben we onze kennis op gebied van ICT vergroot. Onze kennis van CSS, HTML, PHP en Flash is aanzienlijk verbeterd. Onze kennis van CSS en HTML was achteraf redelijk, dankzij dit project is dat verbeterd. Onze PHP en Flash kennis was vooraf niet ons sterkste punt. Na dit project is deze kennis aanzienlijk verbeterd. Dankzij de grote community op het internet en externe kennis hebben wij onze kennis kunnen uitbreiden. Vooraf hadden we nooit gehoord van Magento, tijdens onze stage hebben wij hier heel veel over geleerd. Dit cms systeem voor een webshop is ons zeer goed bevallen en door de snelle groei van dit open-source systeem kan onze kennis in de toekomst goed van pas komen.

We zijn beide erg blij met onze keuze voor deze stage en we hebben veel geleerd en zo onze kennis uitgebreid.

Dankwoord

Wij willen Tilburgs Truck Parts bedanken voor het aanbieden en de begeleiding van onze stageopdracht. Tijdens onze 4 studiejaren op IMD hebben wij erg veel geleerd op verschillende vakgebieden. Wij weten waar onze interesses liggen en waar we in verder willen. De opleiding IMD heeft daar enorm bij geholpen.

Hiernaast moeten we concluderen dat we een duidelijk onderscheid zien in de lessen en de stages. Tijdens de lessen leer je voornamelijk de functionaliteit, theorie. Tijdens de stages kregen we minder begeleiding en waren we op ons zelf aangewezen. Tijdens deze stages leerden we hoe te werken voor een bedrijf.

Wij willen u bedanken voor het lezen van de scriptie.

Bronnen

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2006/2006-1921-wm.html>

<http://www.keurmerk.info>

<http://www.chauffeursforum.nl>

<http://vrachtwagenchauffeurs.hyves.nl>

<http://www.vrachtwagenchauffeur-gids.nl>

<http://www.magentocommerce.com>

<http://virtuemart.net/>

<http://www.oscommerce.nl/>

<http://nl.wordpress.org/>

Zibb.nl

Internet trend visie – editie 1 (10 december 2009)

Commercieleinnovatie.be

Digitale bijlagen

Hier vindt u de CD-ROM, waarop de digitale bijlagen zijn opgenomen.

De volgende documenten zijn opgenomen in deze digitale bijlagen:

Bijlage A: Plan van Aanpak

Bijlage B: Vooronderzoek

Bijlage C: Doelgroepanalyse

Bijlage D: Concurrentieanalyse

Bijlage E: Pakkeselectie

Bijlage F: Onlinemarketing

Bijlage G: Gebruikersonderzoek

Bijlage H: Gebruikershandleiding

Bijlage I: Huisstijl

AFSTUDEER
SCRIPTIE
TILBURGS TRUCK PARTS
DE WEG NAAR SUCCES