



# Draaiboek

## Lanceren van een "Online Warenhuis"



## Welkom!

Dit **draaiboek** bevat een gedetailleerde beschrijving van de stappen die nodig zijn om een 'Online Warenhuis' voor uw lokale winkeliers zo optimaal mogelijk te lanceren. Een winkelgebied kan verschillen in grootte en opzet. Zo kunt u met Zupr een winkelstraat online ontsluiten, maar ook een winkelcentrum, een complete stad of zelfs een volledige gemeente. In dit document wordt standaard de term winkelgebied gebruikt. Per fase van de uitrol beschrijven we welke activiteiten uitgevoerd moeten worden en welke middelen nodig zijn om de online zichtbaarheid van de winkels in uw winkelgebied te vergroten.

**Wilt u eerst meer informatie over onze winkelgebieden-oplossing, kijk dan op [www.zupr.io/nl/winkelgebieden](http://www.zupr.io/nl/winkelgebieden) en download daar onze brochure.**

De **doorlooptijd** voor het uitrollen van een online warenhuis is zonder een eerste inventarisatie lastig in te schatten. Deze is o.a. afhankelijk van het aantal deelnemende winkels bij lancering, het besluitvormingsproces in het winkelgebied, de gewenste functies van het online platform, de voorbereiding van marketingcampagnes en de urgentie om online zichtbaar te zijn. Als bepaalde stappen in een later stadium worden uitgevoerd, is het mogelijk om na 2-3 weken een online warenhuis in de lucht te hebben. Wanneer er meer tijd voor handen is, raden wij aan een doorlooptijd van 2-3 maanden aan.



## Fase | 0

Als u geïnteresseerd bent en uw winkelgebied wenst aan te sluiten, is het belangrijk dat u eerst in kaart brengt welke retailers binnen uw winkelgebied willen deelnemen. Ook is het van belang om vast te stellen welke andere stakeholders betrokken moeten worden bij het aansluiten van uw winkelgebied. Inventariseer dit voorafgaand aan het contact met Zupr. Er moet voldoende draagvlak zijn om een lokaal retailplatform tot een succes te maken.

## Fase | 1

Neem contact op met Zupr door te bellen naar **085 40 11 306** of een e-mail te sturen naar **info@zupr.nl**. We maken dan een afspraak met u om te bespreken wat uw wensen zijn en een globale planning op te stellen.

Voor fase 3 wordt een afspraak ingepland met de stakeholders vanuit het winkelgebied (exclusief de retailers), een marketingpartij en Zupr. Tijdens deze afspraak worden de plannen voor het online warenhuis aan de stakeholders van het winkelgebied voorgelegd.

Het aansluiten van een marketingpartij is belangrijk voor het vermarkten van uw online warenhuis. Zupr voert namelijk zelf geen marketingactiviteiten uit voor de promotie van lokale retailplatformen. Hiervoor werken wij bij voorkeur samen met een bij ons aangesloten marketingbureau. Dit heeft als voordeel dat er wordt voortgebouwd op reeds opgedane kennis en ervaringen met het uitrollen van lokale retailplatformen. Het staat u echter vrij om uw eigen marketingbureau in te zetten of een andere partij/persoon te werven en deze instructies te geven.



info@zupr.nl



+31 (0) 085 40 11 306

### Actiepunten winkelgebied

- Inventariseren welke retailers in uw winkelgebied willen deelnemen aan een "Online Warenhuis".
- Inventariseren welke stakeholders betrokken moeten worden voor, tijdens en na de uitrol.

### Actiepunten winkelgebied

- Neem contact op met Zupr.
- Afspraak inplannen met stakeholders voor fase 3.

### Actiepunten Zupr

- Vaststellen wensen winkelgebied en opstellen globale planning.
- Aanhaken van het marketingbureau.
- Afspraak inplannen met stakeholders voor fase 3.


## Fase | 2

Deze fase wordt gebruikt om de afspraak voor fase 3 voor te bereiden. Eventuele voorbereidingen vanuit het winkelgebied kunnen in deze fase worden gedaan.


Zupr gebruikt deze fase om de presentatie voor fase 3 voor te bereiden. Resterende vragen rondom de eerste aanzet kunnen in deze fase ook behandeld worden.


Het marketingbureau bereidt in deze fase een presentatie voor over de promotie rondom het nieuwe online warenhuis. Deze presentatie zal best-practises bevatten van eerder gelanceerde online warenhuizen.

### Actiepunten winkelgebied


-  Afspraak met stakeholders voorbereiden voor fase 3.

### Actiepunten Zupr

-  Voorbereiden presentatie voor fase 3.

-  Afspraak met stakeholders voorbereiden voor fase 3.

### Actiepunten Marketingbureau

-  Voorbereiden presentatie promotie online warenhuis voor fase 3.

## Fase | 3

In deze fase vindt de afspraak plaats met alle stakeholders binnen het winkelgebied (exclusief de retailers), het marketingbureau dat de promotie/marketing verricht en Zupr.

### Verloop van de afspraak

Er wordt begonnen met een korte kennismakingsronde waarin de betrokken partijen zich aan elkaar voorstellen.

Zupr houdt daarna een korte presentatie (±15 minuten). Deze presentatie zal kort de problematiek belichten die momenteel heerst binnen het retaillandschap en welke oplossingen Zupr biedt voor deze problematiek. Tevens wordt het proces van retailers aansluiten toegelicht en worden de tarieven van het warehouse besproken.

Daarna zal de marketingpartij een presentatie verzorgen (±15 minuten). Zij zullen toelichten hoe het portaal vermarkt kan worden, een globale raming van de kosten geven en wat de best-practices zijn. Tevens zullen zij adviseren hoe er op de lokale markt kan worden ingespeeld. Ook is er aandacht voor het actief benaderen en aansluiten van de winkeliers.

Belangrijke doelstellingen voor deze afspraak zijn:

- Beantwoorden van alle resterende vragen rondom het aansluiten van uw winkelgebied
- In kaart brengen hoeveel winkeliers aangesloten worden
- Bepalen welk winkelgebied of -gebieden het betreft
- Vaststellen van taakverdeling en contactpersonen
- Nieuwe afspraak maken met alle stakeholders voor fase 5

### Actiepunten winkelgebied

- Afspraak inplannen met stakeholders voor fase 5.
- Bepalen hoeveel retailers er mogelijk worden aangesloten.
- Bepalen welk gebied(en) mogelijk aangesloten gaan worden.
- Aanstellen van contactpersoon voor Zupr en het marketingbureau.

### Actiepunten Zupr

- Afspraak inplannen met stakeholders voor fase 5.
- Presentatie opsturen.

### Actiepunten Marketingbureau

- Afspraak inplannen met stakeholders voor fase 5.
- Presentatie opsturen.

## Fase | 4

In fase 4 ontvangt u zowel de offerte van Zupr als van het marketingbureau. Deze fase heeft als doel intern beide offertes te bespreken en tot een beslissing te komen. De duur van deze fase is sterk afhankelijk van het besluitvormingsproces binnen uw winkelgebied.

## Fase | 5

De afspraak in deze fase is gericht op het werven van retailers voor het online warenhuis in fase 8. De retailers moeten geïnformeerd worden over de samenwerking tussen het winkelgebied, het marketingbureau en Zupr. Vanuit het winkelgebied wordt bekeken welke middelen ingezet kunnen worden voor het werven van de retailers. Het marketingbureau kan ondersteunen in het werven en het verspreiden van de juiste informatie onder de retailers. In samenwerking met het marketingbureau wordt er een wervingscampagne ontwikkeld. Zupr bouwt deze fase een landingspagina speciaal voor de retailers in het winkelgebied. Op deze pagina kunnen retailers extra informatie inwinnen en zich aanmelden voor het online warenhuis. Daarnaast begint Zupr met het inrichten van de online omgeving voor het winkelgebied.

Voor het informeren en werven van retailers kan Zupr o.a. de volgende (standaard) middelen bieden; een wervingsmail, brochure speciaal gericht op retailers, een kennisbank die retailers kunnen raadplegen en verschillende webinars die retailers op hun eigen moment kunnen volgen.

Daarnaast wordt deze afspraak gebruikt om een promotiecampagne voor het nieuwe online warenhuis te bespreken.

### Actiepunten winkelgebied

- Intern beide offertes bespreken.
- Besluiten nemen op basis van de offertes.

### Actiepunten winkelgebied

- Inventariseren welke middelen beschikbaar zijn om retailers te werven.

### Actiepunten Zupr

- Ontwikkelen van een landingspagina voor werving.
- Inrichten online omgeving t.b.v. het online warenhuis.

### Actiepunten Marketingbureau

- Ondersteuning bieden in het werven van retailers.

## Fase | 6

In fase 6 ontwikkelt het marketingbureau de wervings- en promotiecampagnes verder uit en geeft aan welke middelen zij nodig hebben om de campagnes uit te voeren. De wervingscampagne voor retailers start in fase 8 en de promotiecampagne voor consumenten start in fase 10.

## Fase | 7

Fase 7 wordt gebruikt om het ontwikkelen van de campagnes af te ronden en de materialen klaar te zetten. Zupr zet de landingspagina live waar retailers informatie kunnen vinden en waar ze zich kunnen aanmelden.

## Fase | 8

In fase 8 wordt de wervingscampagne gestart die ongeveer een week loopt. Retailers kunnen zich dan aanmelden op de daarvoor speciaal ontwikkelde landingspagina. Retailers kunnen daar ook de ZuprCharger app downloaden (ontwikkeld door Zupr) om hun verkooplocatie mee aan te maken. Na het aanmaken van hun verkooplocatie(s) krijgen de retailers toegang tot hun eigen Zupr-beheeromgeving. In deze beheeromgeving kunnen retailers hun verkooplocatie(s) en assortiment beheren.

Daarnaast krijgen retailers toegang tot de kennisbank van Zupr. Hier kunnen retailers alle informatie vinden over het functioneren van het Zupr-platform en het online warehouse.

### Actiepunten winkelgebied

- Afstemming met het marketingbureau over de campagnes.

### Actiepunten Marketingbureau

- Ontwikkelen van een wervings- en promotiecampagne.

### Actiepunten Zupr:

- Live zetten van de landingspagina en het online warehouse-portaal.

### Actiepunten winkelgebied

- Start wervingscampagne.

### Actiepunten Zupr

- Retailers begeleiden en ondersteuning bieden bij vragen en problemen.

### Actiepunten Marketingbureau

- Start wervingscampagne.

## Fase | 9

In fase 9 kunnen winkeliers zich bekend maken met de werking van het online warenhuis en hun winkelpagina verder inrichten. Dit houdt in dat ze hun winkelassortiment/producten toevoegen aan hun Zupr-account, de locatiegegevens toevoegen en de rollen binnen een verkooplocatie verdelen. Zupr biedt waar nodig telefonische of online ondersteuning aan zowel de aangesloten winkeliers als de lokale beheerder van het online warenhuis.

## Fase | 10

In deze fase wordt het portaal officieel gelanceerd. Vanaf deze fase zal de marketingpartij starten met de door hen ontwikkelde promotiecampagne richting consumenten en kunnen winkeliers starten met het promoten van hun eigen winkelpagina's.

### Actiepunten Zupr:

- Retailers begeleiden en ondersteuning bieden bij vragen en problemen.

### Actiepunten winkelgebied:

- Start promotiecampagne.

### Actiepunten Marketingbureau:

- Start promotiecampagne.

### Actiepunten Zupr:

- Retailers ondersteunen met mogelijk support.



## Kosten

Voor het opzetten en onderhouden van een online warenhuis gelden vaste tarieven. Voor het inrichten van de online omgeving rekenen wij eenmalig €4900,-. Daarnaast rekenen wij per jaar €200,- abonnementskosten per aangesloten winkel of verkooplocatie. Zupr brengt geen kosten in rekening voor het ondersteunen van retailers en de beheerder van het winkelgebied. De genoemde tarieven zijn exclusief BTW.

Om een online warenhuis succesvol te lanceren, is het belangrijk om voldoende marketingbudget vrij te maken. Wat betreft de marketingkosten, moet u uitgaan van een budget tussen de €10.000 en €30.000. Dit is uiteraard in grote mate afhankelijk van de grootte van uw winkelgebied en het gewenste bereik onder consumenten.

## Contact

Wilt u het draaiboek bespreken of heeft u nog vragen? Neem dan contact om met het Zupr-team.

### **Michiel Vos | CEO**

michiel@zupr.nl

+31 (0) 6 41 78 01 40

### **Lusanne Tehupuring | Marketing & Sales**

lusan@zupr.nl

+31 (0) 6 41 50 08 97

### **Bjorn Koster | Marketing & Sales**

bjorn@zupr.nl

+31 (0) 6 12 57 96 43

## Omschrijving

## Tarief

Opstartkosten online warenhuis	Eenmalig €4900,-
Abonnementskosten per verkooplocatie	Per jaar €200,-
Ondersteuning	Inbegrepen
Marketingkosten*	Tussen €10.000,- & €30.000,-

\* Afhankelijk van de grootte van uw winkelgebied en het gewenste bereik onder consumenten.