



ONLINE MARKETING EN HET TOEPASSEN VAN E-COMMERCE - 2026

Boom

COLOFON

Boom Mbo
klantenservice@boom.nl
www.boom.nl

Auteurs: Renée van Zijl en Ron de Graaf
Eindredactie: Renée van Zijl

Titel: Online marketing en het toepassen van e-commerce - 2026

Bronvermelding: www.influencerregels.com, Atheesh Sankaran|Shutterstock.com, Piotr Swat|Shutterstock.com, Ferrero|Nutella, Zalando, IM Imagery|[Shutterstock](http://Shutterstock.com), Hema, NRC, Albert Heijn, Econtentenzo, Retour Jeans

ISBN: 978 90 372 6963 5

2e druk/1e oplage

© 2026 Boom | All rights reserved. No text & data mining.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van een (of meerdere) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom, te vinden op www.boom.nl.

INHOUD

Werken met dit keuzedeel	6
1 E-commercelandschap	9
E-commerce	10
Vormen van e-commerce	11
Regels voor e-commerce	16
Productaansprakelijkheid	19
Beschermen van persoonsgegevens	20
Begrippen	23
2 Starten met e-commerce	27
De bedrijfsformule	28
Online marketingmix	30
Betrouwbare uitstraling	33
Reviews	35
Verdienmodellen	37
Affiliate marketing	40
Betaalmethoden	42
Begrippen	45
3 Online advertising	49
Online marketingcommunicatie	50
Advertising	51
Displayadvertising	53
Videoadvertising	55
Native advertising	57
Betalen voor advertising	60
Een advertentiecampagne monitoren	63
Regels voor reclame	64
Begrippen	66
4 Socialmediamarketing	69
Social advertising	70
Klantcontact via de chat	73
LinkedIn	75
Facebook	77
Instagram	79
WhatsApp	80
YouTube	81
Pinterest	82
TikTok	83
Snapchat	84
X	85
Influencers in de social media	86
De kanalen monitoren	87
Begrippen	90
5 E-mailmarketing	93
Over e-mailmarketing	94
E-mailcampagne	94
Marketingmogelijkheden	96
Opbouw van een mailing	101
De mailinglijst	104
Een e-mailcampagne monitoren	106
Regels voor e-mailmarketing	112
Begrippen	113

6	Conversieoptimalisatie	117
	Conversie	118
	Conversie in de check-out	120
	Orderafhandeling	124
	Conversieoptimalisatie	126
	Begrippen	129
7	Werking van zoekmachines	133
	Zoekmachinemarketing	134
	Zoekmachines	136
	Zoekopdrachten	139
	Zoekwoordentools	143
	Zoekwoordenonderzoek	145
	Begrippen	148
8	Zoekmachineadverteren	151
	Adverteren in een zoeknetwerk	152
	Tekstadvertenties	153
	Shopping ads	156
	Adverteren in een displaynetwerk	157
	Veilingsysteem van Google	158
	Begrippen	159
9	Zoekmachineoptimalisatie	163
	Ranking in Google	164
	Techniek en ranking	165
	Vindbaar maken van content	166
	Interne linkstructuur	169
	Linkbuilding	171
	Begrippen	175
10	Basis van een website	179
	Beginnen met een website	180
	Domeinnaam en hosting	181
	Navigatiestructuur	183
	Webpagina's	185
	Opbouw van een webpagina	189
	Webformulieren	191
	Begrippen	194
11	Inrichten en testen van een website	197
	Contentmanagementsysteem (CMS)	198
	CMS-platformen	199
	Responsive en adaptive webdesign	201
	Methoden om een website testen	202
	Beveiligen	205
	Webanalytics	207
	Cookies	210
	Begrippen	212
12	Een webshop bouwen in Wix	215
	Een plan voor je webshop	216
	Een account in Wix	217
	Starten met je webshop	217
	Ontwerpen met een template	218
	De webshop inrichten	218
	De webshop vullen	221

Functies toevoegen	222
Webshopkosten	223
Koppelingen maken	223
Testen en publiceren	224
13 Uitdaging	227
Index	231

WERKEN MET DIT KEUZEDEEL



Digitale leeromgeving

Bij sommige opdrachten heb je hulpmiddelen nodig. Bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een link naar een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Het icoontje in de vorm van een wereldbol verwijst naar de digitale leeromgeving. Om hier te komen ga je naar Boomdigitaal.nl.

Eerste keer inloggen in de digitale omgeving

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken, moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boom.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

Online marketing en het toepassen van e-commerce

Online marketing en het toepassen van e-commerce is een breed en belangrijk vakgebied. Er is veel over te vertellen. In dit keuzedeel leer je de basis van e-commerce die je nodig hebt om een webwinkel te starten, te bouwen en in de markt te zetten. Je verdiept je in de verschillende vormen en toepassingen van e-commerce. Je ontwikkelt een bedrijfsformule en een online marketingmix die hierbij past. Vervolgens ontwerp, bouw en test je een betrouwbare webshop, die aantrekkelijk is voor bezoekers. Je promoot de webshop in verschillende kanalen: via social media, met e-mailings en met online advertising. Je optimaliseert de vindbaarheid van de webshop voor bezoekers.

Leerdoelen

1. Je hebt kennis van toepassingen en verdienmodellen van e-commerce.
2. Je bent op de hoogte van relevante wetgeving voor de branche.
3. Je hebt kennis van marketingstrategieën en marketingmodellen in online toepassingen.
4. Je hebt kennis van online bestelprocessen en betaalsystemen.
5. Je kunt de online marketingmix van een webwinkel vormgeven.
6. Je kunt verschillende vormen van online advertising toepassen.
7. Je kunt sociale netwerken inzetten voor promotie, verkoop en klantcontact.
8. Je kunt een e-mailmarketingcampagne inrichten en monitoren.
9. Je kunt de conversie van een webshop optimaliseren.
10. Je hebt inzicht in zoekmachinemarketing (SEO en SEA) en de toepassing ervan.
11. Je hebt kennis van de opbouw en onderdelen van een website.
12. Je kunt een gebruiksvriendelijke webshop bouwen, inrichten, testen en publiceren.

Dit keuzedeel bestaat uit:

- **Theorie, begrippen en opdrachten**

Hierbij leer je over en oefen je met de praktijk. In sommige opdrachten werk je aan beroepsproducten; deze opdrachten herken je aan [BP]. Deze beroepsproducten kun je verzamelen in je portfolio en heb je nodig om de uitdaging aan het einde van het keuzedeel goed af te ronden.

De beroepsproducten in dit keuzedeel zijn:

- Keuze van een marktplaats (D1-K1-W1)
- Ontwerp van een carouseladvertentie (D1-K1-W1)
- Adverteren in de socials (D1-K1-W1)
- FAQ's op de website van Five Guys (D1-K1-W2)
- Sitemap voor een website (D1-K1-W2)
- Usability beoordelen (D1-K1-W2)

- **Test je kennis**

Hiermee kun je zelf je kennis van de theorie testen.

- *Uitdaging*

Dit is het eindproduct en de afronding van het keuzedeel. Hier werk je gedurende het hele keuzedeel naartoe en hier word je op beoordeeld.

Voor de uitdaging bedenk je zelf een idee voor jouw e-commercebedrijf. Je legt de bedrijfsformule vast en werkt de marketingmix uit. Vervolgens bouw je een webshop en richt je deze in. Je bedenkt een introductieactie om de webshop te promoten.

- *Theorietoets*

Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.



Hoofdstuk 1

E-commercelandschap

Iedereen heeft weleens te maken met e-commerce. Het kopen van schoenen en kleding, het verlengen van het mobiele abonnement of een burger bestellen: je doet het steeds vaker met de mobiel, tablet of laptop.

Online shoppen is niet meer weg te denken uit onze samenleving. Consumenten willen 24/7 shoppen en doen dat in bed, in bad of op de bank. Zij vergelijken de prijzen in meerdere webwinkels. Zij verwachten een grote keuze in producten: wat jij niet verkoopt, verkoopt de concurrent. De consument laat de producten thuisbezorgen.

Ook in b2b wordt e-commerce steeds belangrijker.

Aan het eind van dit hoofdstuk

- weet je wat e-commerce en e-business inhoudt
- kun je verschillende vormen en toepassingen van e-commerce benoemen
- ben je op de hoogte van relevante branchewetgeving
- kun je de privacywetgeving toepassen bij het gebruik van data
- weet je wat productaansprakelijkheid inhoudt voor een webwinkel.



Opdracht 1 Kennismaking

Bekijk het filmpje.

Je hebt vast weleens wat gekocht bij een webwinkel.

- a. Wat deed de webwinkel goed, zodat jij een product bestelde?
- b. Aan welke zaken erger jij je als je een webwinkel bezoekt?

E-commerce

E-commerce oftewel elektronische handel is het verkopen van producten en diensten via internet. Dit gebeurt via een website, webwinkel, app, socialmediaplatform of online marktplaats. Je zet ict-systemen in om de online transactie mogelijk te maken. Als je online klanten benadert, maar niet online verkoopt, doe je wel aan online marketing maar niet aan e-commerce.

Met online marketing speel je in op wensen en behoeften van klanten met behulp van internet of andere digitale technologieën. Je maakt hierbij gebruik van online media en communicatiemiddelen. Online marketing is niet meer weg te denken uit de marketingstrategie.

Internet is zo belangrijk geworden in de samenleving dat je daar wel wat mee moet doen. Als steeds meer klanten online zijn, moet een organisatie dit natuurlijk ook. Anders kun je nooit de klant centraal stellen.

Vormen van online marketing



- adverteren in een website, magazine of social medium
- adverteren in een zoekmachine
- affiliate marketing
- versturen van direct mail en e-mailings
- creëren en plaatsen van goede content
- zoekmachineoptimalisatie en linkbuilding.

E-business is een breder begrip. Het gaat in e-business om het goed inrichten van alle processen die de organisatie in staat stellen om producten te maken, te verkopen en te leveren. E-business betekent alle online transacties, zoals het inkopen van producten, het beheren van het magazijn en het afleveren van het product bij de klant. E-business omvat dus veel meer dan alleen de interactie met de markt.

Je gebruikt ict-technologie om systemen en processen te verbeteren of aan te passen naar nieuwe online mogelijkheden. Bijvoorbeeld het verwerken van betalingen, het plaatsen van zelfscankassa's in een winkel en het beheren van een distributiecentrum.

Belang van e-commerce

Er zijn allerlei webwinkels met als doel omzet en daarmee winst te genereren. Dit kan door:

- meer bezoekers in de webwinkel te krijgen
- een grotere naamsbekendheid te genereren, zodat de doelgroep denkt aan jouw webwinkel als zij een bepaalde behoefte heeft
- bezoekers van de webwinkel vaker tot een aankoop te laten overgaan.

Continu investeren en verbeteren van de webwinkel is daarom noodzakelijk. De concurrent is immers maar een paar muisklikken verderop en kijkt letterlijk mee.



Wil je meer weten over de laatste ontwikkelingen in e-commerce? Ga dan naar de nieuwssite Ecommerce News.

E-commerce in b2b

E-commerce is vooral populair in de b2c-markt. Maar ook in een b2b-markt is e-commerce van belang. Vaak zijn b2b-websites niet meer dan een uitgebreide online catalogus. Maar dat is niet meer voldoende. Ook voor zakelijke klanten is pakkende content en mooie vormgeving nodig. Ook in b2b stel je de klant centraal, ook die wil een shopping experience. Dat is hij zo gewend als hij thuis een paar sneakers voor zichzelf uitzoekt in een webwinkel. De b2b-klant koopt steeds meer online, op een moment dat hem uitkomt en op een kanaal van zijn keuze.

E-commerce in c2c

Tegenwoordig verkopen miljoenen mensen hun producten online. Als een consument een product of dienst aan een andere consument verkoopt, dan is dit c2c-verkoop. Er zijn veel websites waar je producten kunt verkopen. Denk aan Vinted, Etsy en Marktplaats. Ook creëren steeds meer consumenten zelf een c2c-e-commercewinkel. Hier moet je wel mee oppassen, omdat dit al gauw neigt naar b2c-verkoop en dan gelden er allerlei regels waar de webwinkel aan moet voldoen.

Opdracht 2 E-commerce in b2b

Waarom is e-commerce ook in b2b van belang? Leg dit uit in eigen woorden.

Vormen van e-commerce

Je ziet overal webwinkels, maar wat zijn dat eigenlijk? Een webwinkel of webshop is een website waar handelswaar te koop wordt aangeboden en klanten orders kunnen plaatsen. Die handelswaar kan van alles zijn: fashion, food, witgoed, elektronica en bouwmaterialen, maar ook vakanties, verzekeringen en schoonmaakdiensten.

Een webwinkel is gewoon een winkel op het internet. De klant kan er bestellen en afrekenen. Een webwinkel maakt ook directe distributie mogelijk. De webwinkel heeft dan helemaal geen voorraden en laat producten direct versturen door de leveranciers.

Sommige producten laten zich misschien moeilijker online verkopen, omdat de klant ze wil zien, voelen of proeven. Een slimme marketeer laat in de virtual reality steeds meer zien. Of hij komt met een ijzersterk verkoopverhaal en een goede online winkelformule. Online marketing biedt die mogelijkheden.

Mixed reality

Een klant logt in bij een online supermarkt. Dan herkent de retailer hem. Als hij op het scherm van zijn mobiel kijkt, ziet hij meteen welke speciale aanbieding vandaag voor hem klaarstaat.

Een bezoeker scrolt door een online schoenenwinkel. Daar ziet zij leuke laarsjes. Die kan ze visueel passen op haar iPad.

Slimme pashokjes gebruiken spiegels die de customer experience transformeren. Die scannen de producten die de klant uitzoekt, laten zien welke maten en kleuren nog op voorraad zijn of doen suggesties voor andere, passende kledingstukken.

Dit alles kan dankzij de techniek van augmented reality.



Virtueel passen.



Bricks en clicks

Er zijn webwinkels met en zonder fysieke winkels. Dat zijn de bricks (fysieke winkel) versus de clicks (webwinkel). Er zijn grote webwinkels, maar ook vele kleine. In Nederland zijn er meer dan 80.000 webwinkels en er komen er nog steeds meer bij. Het grootste deel van de webwinkels verkoopt fashion of non-foodartikelen.

BRICKS EN CLICKS



Bricks



Clicks

Pure online player

Er zijn heel grote webwinkels op de markt, zoals bol en Coolblue.nl in Nederland. Bol heeft geen fysieke winkels, dit is een pure online player. Zo begon Coolblue ook, maar dat bedrijf heeft inmiddels ook bricks. Internationaal zijn Amazon.com, Temu en Aliexpress bekende pure online players.

Van bricks naar clicks

Webwinkels kunnen ook voor bedrijven in het midden- en kleinbedrijf (mkb'ers) een lonend verkoopkanaal zijn. Denk aan een retailer met een fysieke winkel die uitbreidt met een webwinkel. Dit zijn dan de clicks en bricks.

Windowshopping

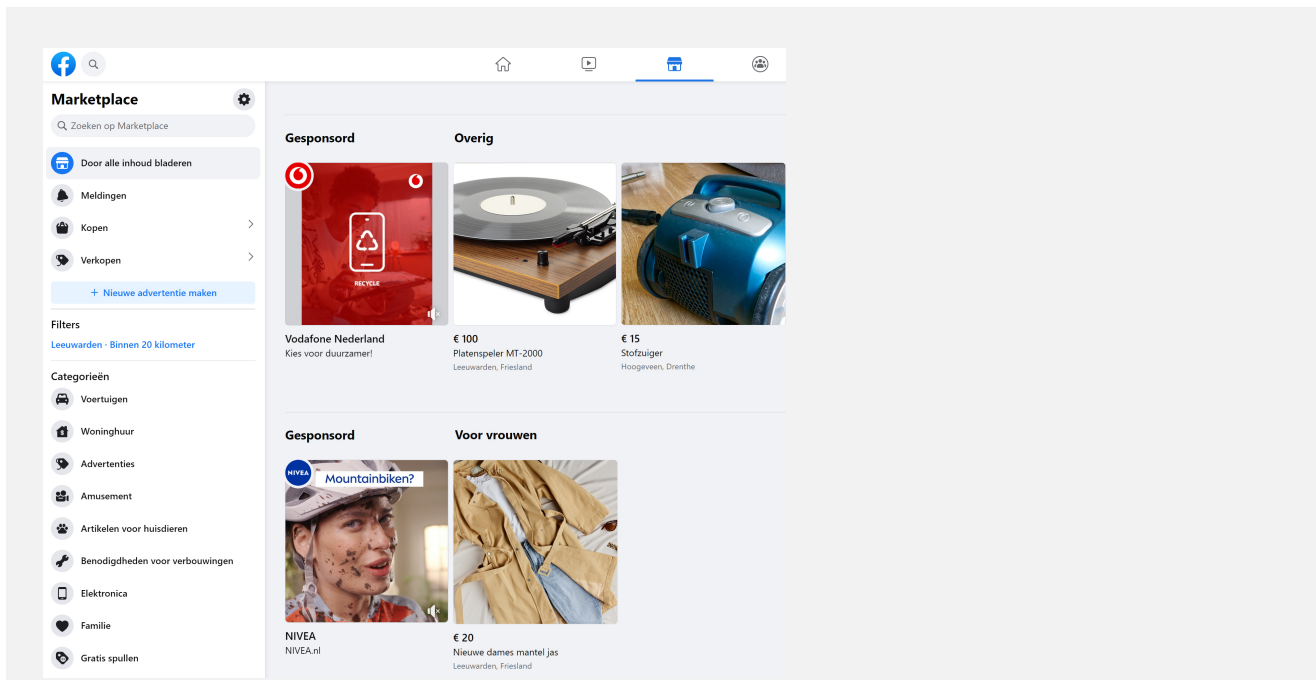
Windowshopping is het bekijken van etalages van fysieke winkels zonder daadwerkelijk naar binnen te gaan. Windowshoppen leidt niet direct tot verkopen, maar is wel indirect van belang. Een goed en aantrekkelijk ingerichte etalage trekt klanten naar de webwinkel.



Windowshopping.

Social shop

Veel consumenten kopen een product na een positieve ervaring op een social medium. Met social shopping, of social commerce, speel je hierop in. Je zet dan een socialmediakanaal in als verkoopplatform, een social shop. De consument kan een product dat hij in een social medium ziet meteen kopen.



Adverteren op Facebook Marketplace.

Je kunt daarbij samenwerken met een influencer, gebruikmaken van reviews of reageren op berichten in de social media. Social commerce kan op bijna alle platforms, bijvoorbeeld een winkel op Facebook of Pinterest. Ook TikTok en Instagram Shops zijn hier populaire platformen voor.

De knop 'Shop' leidt de bezoeker meteen door naar de website van de aanbieder. Die hoeft de app dus niet meer te verlaten als hij een aankoop wil doen. Hiermee maken de social shops het aankoopproces een stuk makkelijker en korter. Dit stimuleert impulsaankopen.

Facebook heeft ook een eigen marketplace om producten te verkopen. Je kunt hiervoor een catalogus aanmaken met een overzicht van alle producten, prijzen en een bestelknop.

Marktplaatsen

Een online marktplaats of **marketplace** is een b2c-, b2b- of c2c-platform waarop meerdere aanbieders hun producten verkopen. De marktplaats brengt kopers en verkopers met elkaar in contact. Het platform is een schakel tussen de klant en de verkopende partij of tussen bedrijven onderling. De eigenaar van het platform beheert alle transacties. Je kunt een dergelijk platform gebruiken om producten te verkopen zonder dat je zelf een webwinkel hoeft te beginnen. Dat kan met een dropshipping of affiliate webwinkel.

B2b-marktplaatsen

- Orderchamp
- bol
- Amazon Business.

Peer-to-peermarktplaats

Je kunt producten ook (uit)lenen, verhuren of delen. Dit is een peer-to-peer businessmodel. Er zijn online marktplaatsen die peer-to-peer aanbieden aan consumenten en bedrijven.

Peer-to-peer

- Airbnb en Uber
- Peerby voor lenen, huren en verhuren in de regio
- Bouwsteenwinkel.nl voor verhuur van Lego.

Affiliate webwinkel

Een **affiliate webwinkel** laat alleen producten zien. De affiliate webwinkel heeft zelf geen voorraden, staat niet in direct contact met de klant en verzorgt ook niet de logistieke afhandeling van de bestelling. Het is een online showroom. Als een bezoeker tot een aankoop wil overgaan of meer informatie wil over een product, wordt hij naar een andere website geleid. Meestal is er een vergoeding per verkoop afgesproken. Review- en vergelijkingswebsites maken gebruik van dit businessmodel.

Affiliate webwinkels

- Beslist.nl
- Sneakers123.com
- Foodboxwijzer.



Dropshipping webwinkel

Dropshipping is online verkopen zonder eigen voorraden. Een **dropshipping webwinkel** biedt producten aan die hij niet zelf inkoopt en ook niet zelf op voorraad heeft. Dit werkt zo: een klant bestelt een product in de webwinkel die de order doorgeeft naar de leverancier. Die levert het product rechtstreeks aan de klant. Er is dus geen fysiek contact met het product.

Voordelen van dropshipping zijn dat de webwinkel geen voorraden hoeft aan te houden, weinig startkapitaal nodig heeft en een breed assortiment kan aanbieden. Dropshipping heeft ook nadelen. De klant bestelt het product in jouw webwinkel. De webwinkel is verantwoordelijk voor de productkwaliteit, een correcte aflevering van het juiste product, de service en het oplossen van klachten.

Affiliate versus dropshipping webwinkel

In een affiliate en dropshipping webwinkel zijn geen voorraden. De webwinkel verzorgt niet de goederenstroom van bestellingen en retouren. Bij dropshipping is de webwinkel degene die in contact staat met de koper. Hij moet dus ook service verlenen, vragen beantwoorden en problemen (mee) oplossen. Bij een affiliate webwinkel is dat niet het geval.

Winkel als distributiecentrum

Winkelketens zetten de fysieke winkel in als distributiecentrum. Zij gebruiken de voorraad in de fysieke winkel om een online bestelling te orderpicken en klaar te zetten. De bestelling wordt thuisbezorgd of opgehaald door de klant.

Click en collect

Ook de winkel in de straat kan een lokaal distributiecentrum zijn. Dat is het principe van **click en collect**. De klant bestelt online en haalt de bestelling op in een fysieke winkel. HEMA, Xenos, Aldi, Karwei, Decathlon en vele andere ketens maken hier gebruik van.

Click en collect

- Bij winkelketen Action kan de klant in de webwinkel artikelen selecteren en bestellen. Hij haalt de reservering op bij een winkelfiliaal.
- De klant kan bij Albert Heijn-online bestelde boodschappen bij een pick-uppoint ophalen.
- Een klant bestelt een fotoboek bij de HEMA en haalt dit op bij een filiaal bij hem in de buurt.



Bij supermarkten als Albert Heijn en Jumbo zie je juist de tegenovergestelde trend. Hun online volume is zo groot geworden dat het de winkels te veel belast. Zij centraliseren de verwerking en distributie van online orders in aparte distributiecentra.

CLICK EN COLLECT



Pakket- en servicepunten

Pakketdiensten als DHL en PostNL hebben servicepunten in winkelstraten. Winkels als Bruna, Kruidvat, Albert Heijn, Jumbo en Primera fungeren als afhaal- en retourpunt. Je ziet ook steeds meer pakketpunten op bedrijventerreinen en bij sportverenigingen. Hier kan de consument zijn pakketjes ophalen of retourneren. Dit is gunstig voor de fysieke winkel: er komt immers meer traffic in de winkel en winkelstraat.

Ophaalservice

Vervoersbedrijven als PostNL en DHL halen pakketten op aan huis. Door deze dienst aan te bieden, kan een webwinkel zich onderscheiden in service en in kwaliteit.

Bezorgdiensten

Er zijn online platformen voor het bestellen en laten bezorgen van eten. Koeriers bezorgen de maaltijden met auto's, scooters, fietsen of te voet. Denk aan Thuisbezorgd.nl, Uber Eats en Deliveroo.



Maaltijdbezorger Uber Eats.

Kortom: er is gewoon oneindig veel te zien in het e-commercelandschap. Hoe beter je kijkt, hoe meer je ziet. En hoe beter jij daarna keuzes kunt maken.

Opdracht 3 E-commercekanalen

- Waarin verschilt een dropshipping webwinkel van een affiliate webwinkel?
- Welk vorm van e-commerce wordt omschreven? Koppel elke e-commercevorm aan de juiste omschrijving.

Omschrijving

Een klant bestelt online een fiets en haalt deze op in een fysieke winkel.

Een webwinkel verkoopt producten zonder eigen voorraden aan te houden.

Een webwinkel laat producten zien, maar verkoopt ze niet.

E-commercevorm

click en collect

affiliate webwinkel

dropshipping webwinkel

Opdracht 4 Dropshipping bij bol

Webwinkel bol maakt veel gebruik van dropshipping. Bol biedt een platform waarop verkooppartners (externe leveranciers) hun producten kunnen aanbieden. Zo kan bol een ruimer assortiment aanbieden zonder de producten allemaal zelf op voorraad te hebben.



- Waarom werken verkooppartners van bol hieraan mee?
- Welke nadelen heeft dropshipping voor bol?

Zoek op het product 'smartwatch dames' in de webwinkel van bol. Dit product wordt door een aantal externe aanbieders geleverd.

- Hoe verloopt het orderafhandelingsproces van een smartwatch die geleverd wordt door een verkooppartner van bol?
- In welke kanalen kan de klant een vraag stellen over de levering van de smartwatch door een verkooppartner van bol? Licht je antwoord toe.

Regels voor e-commerce

E-commerce is aan allerlei regels gebonden. De regels voor verkoop aan consumenten (b2c) zijn uitgebreider dan die voor verkoop aan bedrijven (b2b).

Wettelijke regels voor b2c-webwinkels

Als een consument iets koopt in een webwinkel, heeft hij meer rechten dan wanneer hij in een fysieke winkel koopt. Want buiten een winkel is de kans groter dat een consument iets koopt zonder dat hij daar van tevoren goed over heeft nagedacht. Er gelden aanvullende regels over het herroepingsrecht (bedenktijd en ontbinding), de informatieplicht, het risico en de levering. Dit is in de Wet koop op afstand geregeld. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) houdt hier toezicht op.

Koop op afstand

Als een klant een product koopt via internet, een postorderbedrijf, telefoon, een bestelbon uit een krant of tijdschrift of per mail, heet zo'n aankoop een **koop op afstand**. Er is dan geen direct contact tussen de verkoper en de klant, zoals dat in een verkooppunt wel het geval is.

Herroepingsrecht

De klant heeft de mogelijkheid om de overeenkomst te herroepen of ontbinden. De wettelijke bedenktijd oftewel zichttermijn is veertien dagen. De bedenktijd gaat in nadat het product is geleverd of het contract voor een dienst is gesloten. De klant kan zijn aankoop zonder reden binnen die tijd ongedaan maken. Na de retourmelding heeft de klant 14 dagen om het product daadwerkelijk retour te sturen. Dit is het **herroepingsrecht**. Je moet de klant op zijn rechten wijzen. Doe je dit niet, dan wordt de bedenktijd verlengd naar 12 maanden.

Er gelden enkele uitzonderingen, bijvoorbeeld voor een product dat op maat is gemaakt, de boeking van een reis, de aanschaf van een ticket, een spoedreparatie of bederfelijke producten.

Terugbetaalplicht

Je bent verplicht om binnen 14 dagen het aankoopbedrag terug te betalen nadat de consument het contract heeft opgezegd. Je mag hiermee wachten totdat het product retour is ontvangen of totdat de consument een bewijs heeft overhandigd dat hij het product terugstuurde.

Informatieplicht

De klant moet een goede keuze kunnen maken als hij een aankoop doet. Dat kan hij beter als hij goed geïnformeerd is. Daarom is er een informatieplicht. Die houdt het volgende in:

- Geef duidelijke informatie over het product, de specificaties, de prijs, de bijkomende kosten, de betaalmogelijkheden, de levertijd, de garantie en de service.
- Geef duidelijke informatie over het bedrijf: KVK-nummer, contactgegevens, adres en klachtenregeling.
- Stel de klant op de hoogte van de voorwaarden voor ontbinding, de bedenktijd en de manier waarop hij de koop kan ontbinden. Het gaat om de voorwaarden, de termijn en manier waarop de consument het herroepingsrecht kan gebruiken, de retourprocedure en de eventuele kosten van retourneren.

Voordat een klant de bestelling bevestigt, moet hij een overzicht krijgen van de producten en ingevulde gegevens. Zo kan hij eventuele fouten nog herstellen. Na het plaatsen van de order stuur je hem een bevestiging. Wijs de klant daarin ook op de garantie en het retourrecht.

Risico

De webwinkel draagt het risico op verlies of beschadigingen aan het product, totdat de klant het product heeft ontvangen. Als de klant zelf een vervoerder kiest, dan gaat het risico over op de vervoerder. Als de klant aangeeft dat het product ook bij een ander adres geleverd mag worden, dan draagt de klant het risico vanaf het moment dat het product bij die ander is afgeleverd.

Levering

Je informeert de klant voordat hij iets koopt waar, hoe en wanneer geleverd wordt. Na het sluiten van de overeenkomst moet het product binnen 30 dagen of de afgesproken periode geleverd worden. Als dit niet op tijd gebeurt, kan de klant van de koop afzien.

Lever- en betaalvoorwaarden

Het vermelden van de lever- en betaalvoorwaarden op de website is niet wettelijk verplicht maar wel verstandig om te doen. Dat voorkomt conflicten en onverwachte situaties. Daarnaast is het een eis om in aanmerking te komen voor een keurmerk. De algemene voorwaarden zijn uitsluitend van toepassing als de klant ze vooraf heeft kunnen inzien.

Als je geen gebruik maakt van algemene voorwaarden, dan geldt de wet. In de algemene voorwaarden vermeld je alle rechten en plichten van betrokken partijen. Denk aan garantie, levering, betaling, klachtenregeling, herroepingsrecht en meer zakelijke afspraken. Je kunt hiernaar verwijzen als er een klacht is.

Gelukkig hoeft je dit niet allemaal zelf uit te zoeken. Op de website van Thuiswinkel.org kun je gratis de standaardvoorwaarden downloaden en op de website zetten. Je laat hiermee aan de klant weten dat de webwinkel aan alle wet- en regelgeving voldoet en een veilige betaalomgeving biedt. Ook voorbeelden van andere webwinkels zijn bruikbaar.

De standaardvoorwaarden staan op de webpagina van Thuiswinkel.org.



Wettelijke regels voor b2b-webwinkels

Een b2b-webwinkel is een webwinkel waarin een consument geen producten kan kopen. Door bijvoorbeeld een bedrijfsnaam of KVK-nummer verplicht te maken tijdens het bestellen, kan een consument niet bestellen. Doe je dit niet, dan moet je voor consumenten die in de webwinkel kopen gewoon aan alle regels voldoen. Je mag dan prijzen niet exclusief btw vermelden en er zijn meer verplichtingen.

Bedrijven, stichtingen en verenigingen vallen niet onder het consumentenrecht. Het herroepingsrecht is daarom niet van toepassing. Wel geldt de informatieplicht. Bij b2b gelden de algemene regels voor (koop)overeenkomsten uit het Burgerlijk Wetboek.

De wet gaat ervan uit dat bij een zakelijke aankoop vooraf goed onderzoek is gedaan. Daarom gelden er minder garantieregels voor bedrijven dan voor consumenten. Je bent wel verplicht om de informatie over garantie op te nemen in de algemene voorwaarden.

Opdracht 5 Regels bij koop op afstand

- Wat is een koop op afstand?
- Waarom heeft een webwinkel een informatieplicht?
- Binnen hoeveel dagen moet een webwinkel een product leveren?
- Waarom geldt het herroepingsrecht *niet* voor een b2b-webwinkel?
- Een consument koopt online een product. Hij meldt vijf dagen na de ontvangst het product retour aan. Binnen hoeveel dagen moet hij het product terugsturen naar de webwinkel? Kies het juiste antwoord.
 - 9 dagen
 - 14 dagen
 - 30 dagen

Opdracht 6 Bedenktijd

In welke verkoopsituatie geldt een bedenktijd van 14 dagen voor de klant? Kies: ja of nee.

Verkoopsituatie	Bedenktijd: ja of nee
Een klant boekt een pakketreis bij een online reisbureau.	nee / ja
Iemand sluit een mobiel abonnement af bij een verkoper op straat.	nee / ja
Een klant koopt een video en maakt de verpakking open.	nee / ja
Een klant koopt een treinkaartje in een automaat.	nee / ja
Een klant bestelt een paar schoenen in een webwinkel.	nee / ja

Opdracht 7 Herroepingsrecht

Lees het artikel over het herroepingsrecht. Zoek vervolgens zelf aanvullende informatie.

Voor welke producten geldt een uitzondering op het herroepingsrecht? Let op: er zijn meerdere juiste antwoorden.

- abonnement op een krant
- bloemen
- maatpak
- batterij
- staatslot
- app



Productaansprakelijkheid

Productveiligheid gaat om het beschermen van consumenten tegen de risico's bij het gebruik van een product. Speelgoed mag bijvoorbeeld geen gevaarlijke stoffen of vormen hebben. De batterij van een oplaadbaar apparaat mag niet te heet worden en brand veroorzaken.

Productaansprakelijkheid is de aansprakelijkheid voor schade die veroorzaakt wordt door een gebrekkig product. Als je een product verkoopt dat niet aan de veiligheidseisen voldoet, moet je:

- het product uit de handel nemen
- de consument compenseren
- bekendmaken dat het product niet voldoet.

Als de consument schade heeft geleden, moet je die vergoeden.

Niet-veilige fatbikes

De Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) heeft beslag gelegd op ruim 16.500 fatbikes. Het gaat om ongekeurde bromfietsen met het uiterlijk van een fatbike, die als elektrische fietsen te koop (zouden) worden aangeboden. Deze illegale bromfietsen zijn afkomstig van meerdere Chinese fabrikanten. De ILT heeft de invoer hiervan in de Rotterdamse haven tegengehouden (2024).

Bron: *lent.nl*.

Productaansprakelijkheid bij dropshipping

Als je gebruikmaakt van dropshipping, is het jouw verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat de producten die je verkoopt veilig zijn. Jij sluit een overeenkomst met een consument en bent daardoor aansprakelijk voor de productkwaliteit. Dit geldt voor producten binnen het rechtsgebied waarin je verkoopt en waar deze producten naartoe worden verzonden.

Bij de keuze van een leverancier moet je hiermee rekening houden. Kies daarom een betrouwbare leverancier waarvan je weet dat hij kwalitatief goede producten levert, voordat je met dropshipping begint. Let ook op de service en het navolgen van het herroepingsrecht en de levertijd. Ook daarvoor ben je verantwoordelijk.

Kiezen van een betrouwbare leverancier

- Lees beoordelingen over de potentiële leverancier in vakbladen en op internet.
- Bestudeer het retourbeleid en de levervoorwaarden van de leverancier.
- Praat met de leverancier over zijn bedrijf.
- Koop een product bij de leverancier, zodat je de productkwaliteit kunt beoordelen.



Meer informatie over dropshipping en productkwaliteit vind je bij Shopify.

Bron: *Shopify.com*

Wetgeving voor productveiligheid

Er zijn regels om ervoor te zorgen dat producten veilig zijn voor consumenten. Aan welke regels een product moet voldoen, hangt af van de eigenschappen van het product. De Europese verordening waarin dit is vastgelegd, is de General Product Safety Regulation (GPSR). Dit is een algemene productwetgeving. Als er naast de GPSR ook wetgeving geldt voor specifieke producten moet je ook aan die wetgeving voldoen.



Dit filmpje van de Kamer van Koophandel legt uit wat productveiligheid is.

Welke producten vallen onder de GPSR?

De GPSR bevat regels voor het waarborgen van de veiligheid van non-food consumentenproducten. Daarbij maakt het niet uit of deze producten tweedehands, gerepareerd of gereviseerd zijn. Ook software(updates) en digitale producten vallen onder de GPSR. De verordening geldt voor fabrikanten, importeurs, distributeurs, gemachtigden, fulfilment centers en marktplaatsen. De GPSR stelt extra eisen aan online marktplaatsen.



Als je meer wilt weten over de regelingen voor productveiligheid, bezoek dan de website.

Opdracht 8 Productveiligheid bij Tuin&Haard



Bekijk eerst het filmpje en beantwoord dan de vragen.

Webwinkel Tuin&Haard verkoopt tuinartikelen. De webwinkel importeert een buitenhaard uit Polen. Tuin&Haard plaatst er zijn eigen logo op.

- Welk rol heeft Tuin&Haard in de logistieke keten als het gaat om de productveiligheid van de buitenhaard? Licht je antwoord toe.
- Welke verplichtingen heeft Tuin&Haard om te voldoen aan de eisen van de GPSR?

Een klant heeft een klacht over een tuinslang. Het product blijkt niet veilig genoeg te zijn. De tuinslang is uit elkaar gesprongen. De klant heeft hierdoor letsel aan zijn hand opgelopen.

- Welke maatregelen moet Tuin&Haard nemen?
- Kan de klant Tuin&Haard aansprakelijk stellen?
- Welke instantie in Nederland ziet erop toe dat producenten, importeurs en handelaren de wetgeving op het gebied van productveiligheid naleven?

Opdracht 9 Product recall



Lees het artikel.

- Welk rol heeft Albert Heijn als het gaat om de productveiligheid van de blauwe bessen? Licht je antwoord toe.
- Welke verplichtingen heeft Albert Heijn?
- Welke functie heeft de NVWA in deze zaak?

Beschermen van persoonsgegevens

Persoonsgegevens verzamel je via online formulieren, e-mail, cookies en analytics. Het verzamelen van deze data kan de privacy schaden. Webrowsers bouwen systemen in om de privacy te waarborgen en online marketingdata te blokkeren. Ook is er specifieke wet- en regelgeving waar je je aan moet houden als je bezig bent met e-commerce.