



INFORME
DE FERIA

2024



Webwinkel Vakdagen

La Haya

23 – 24 de enero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

24 de enero de 2024
La Haya

Este estudio ha sido realizado por
Laura Civil Recio

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

<http://paisembajos.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecome	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Ubicación y distribución del espacio	7
2.2. Actividades de la feria	9
2.3. Participación española	22
3. Tendencias y novedades presentadas	23
4. Valoración	26
4.1. Del evento en su conjunto	26
5. Anexos	27
5.1. Jaarbeurs Utrecht – Cómo llegar	27
5.2. Organizadores Webwinkel Vakdagen	28





1. Perfil de la Feria

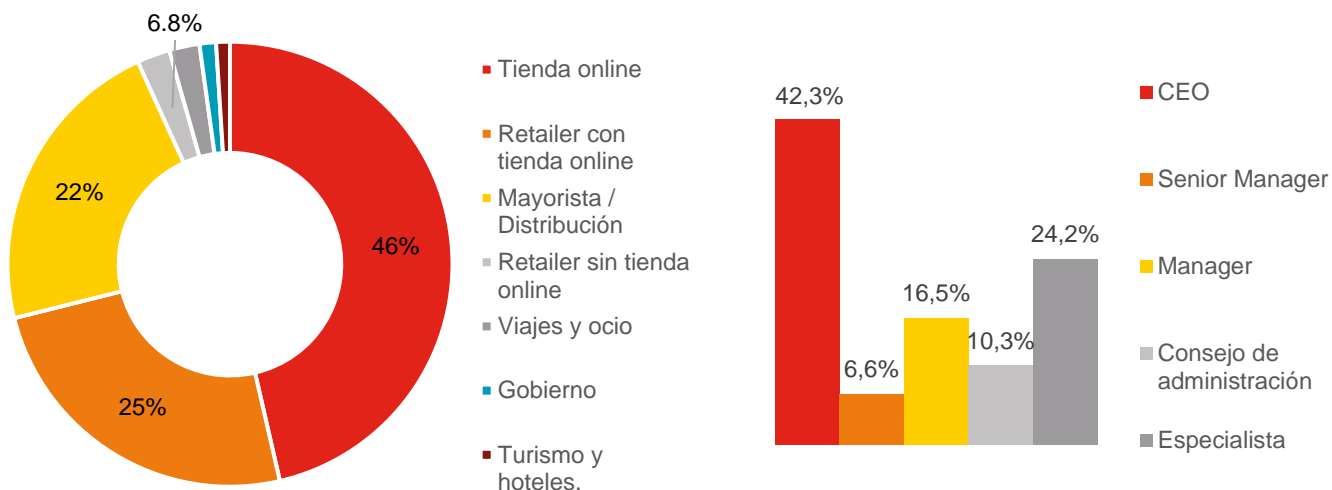
1.1. Ficha técnica

Feria	WEBWINKEL VAKDAGEN
Ámbito	E-commerce, logística, marketing digital y medios de pago
Sectores y productos	Soluciones digitales
Fecha	23 y 24 de enero de 2024
Próxima edición	2 y 3 de abril 2025
Frecuencia	Anual
Lugar de celebración	Jaarbeurs Utrecht, Jaarbeursplein 6, 3521AL, Utrecht
Ediciones	17
Horario de la feria	De 10:00 a 17:00
Precio de la entrada	Gratuita con registro previo
Director / Organizador	Organisatie Groep Zuid bv (OGZ)
Carácter	Internacional
Tipo de visitantes	Profesionales de empresas especializadas en distribución y desarrollo de <i>E-commerce</i> , <i>retailers</i> , distribuidores y mayoristas. En base a los datos facilitados por parte de la organización, a continuación, se presentan las principales actividades de las empresas que participan, así como el perfil de los asistentes.



PERFIL DE VISITANTES 2024

Diferenciado por actividad principal y función



Fuente: elaboración propia Ofecome La Haya, a partir de datos Webwinkel Vakdagen.

1.2. Sectores y productos representados

Webwinkel Vakdagen es la feria profesional más destacada en el ámbito del *E-commerce* que se celebra anualmente en los Países Bajos. Su principal objetivo es propiciar el encuentro de profesionales internacionales del área del comercio electrónico.

Cada año, la feria reúne a empresas relevantes de los sectores *E-commerce*, *marketing* digital, logística y medios de pago digitales. Además, ofrece conferencias de alta calidad centradas en soluciones digitales para la venta.

En su 17.^a edición en 2024, Webwinkel Vakdagen ha contado con la participación de más de 250 expositores de diversas temáticas. Además, se han llevado a cabo más de 200 conferencias distribuidas en 11 salas de presentación. Este evento, además de consolidarse como la mayor feria de comercio electrónico en Benelux, brinda una oportunidad única para conectarse con otros minoristas electrónicos, minoristas multicanal y destacadas personalidades de la industria del comercio electrónico.



1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecome

Con el propósito de realizar un análisis detallado del sector del *E-commerce* en Países Bajos, así como evaluar las principales tendencias del mercado, Laura Civil Recio, becaria ICEX, participó en representación de la Ofecome La Haya.

Su presencia en la feria tuvo como principal objetivo la recopilación de información relevante del sector, así como la identificación de posibles oportunidades de negocio y potenciales socios comerciales en beneficio de las empresas españolas. De esta manera, se busca proporcionar información detallada y asesoramiento a las empresas españolas interesadas en este mercado o en la creación de relaciones comerciales con entidades neerlandesas.

Adicionalmente, se han llevado a cabo publicaciones en plataformas de redes sociales, como LinkedIn, con el propósito de difundir la participación en la feria y amplificar la atracción de posibles colaboradores interesados en asistir.





2. Descripción y evolución de la Feria

Webwinkel Vakdagen, cuyo evento dispone de 17 años de experiencia, tuvo lugar en el recinto de exposiciones y convenciones Jaarbeurs Utrecht del 23 al 24 de enero de 2024. En esta edición, se reunieron más de 13.000 profesionales del sector, contando con la participación de más de 250 expositores y con aproximadamente 200 conferencias y presentaciones relacionadas con el *E-Commerce*.

La feria constituye el principal punto de encuentro para empresarios, tomadores de decisiones y profesionales del sector del *E-commerce*. Además, presenta una extensa variedad de productos y servicios que destacan la diversidad de esta industria, entre los que se incluyen productos digitales, soluciones de *marketing online*, tecnologías logísticas avanzadas, así como plataformas de pago digitales.

Entre las exhibiciones se presentan productos como *softwares* especializados, servicios de publicidad en línea, sistemas de gestión de inventario, soluciones de entrega y logística eficientes, así como herramientas de procesamiento de pagos electrónicos. Este evento proporciona una plataforma integral para explorar las últimas tendencias y novedades en el ámbito digital, ofreciendo una visión completa de los avances y oportunidades en estos campos.

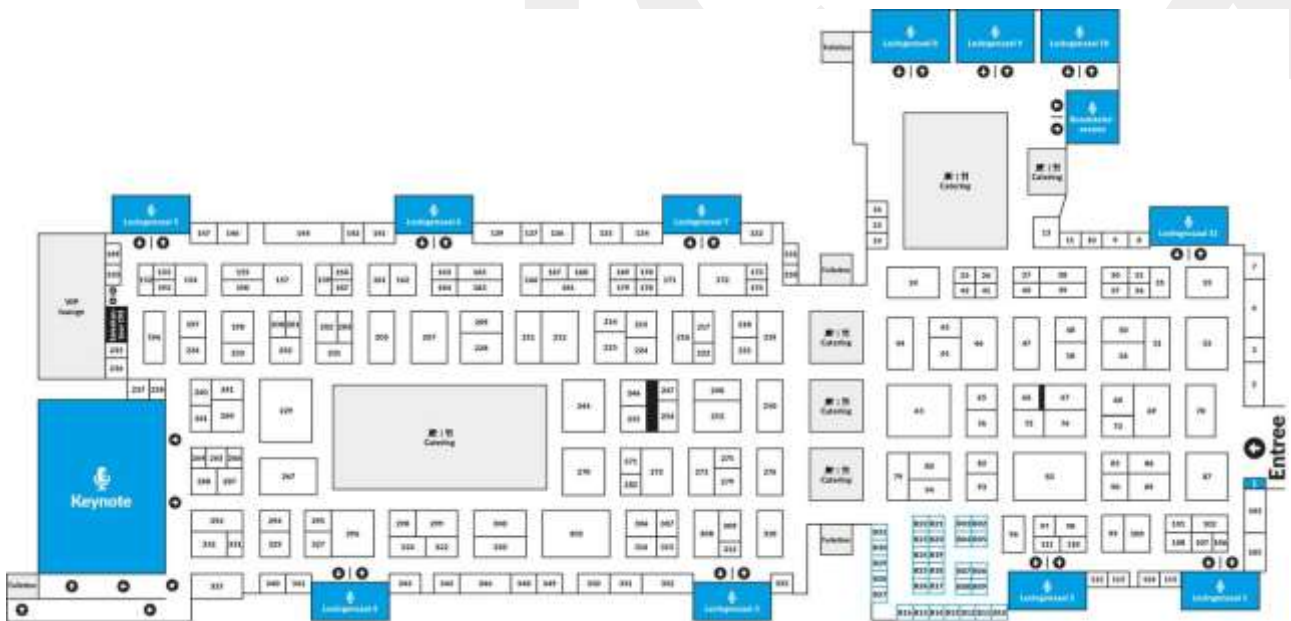
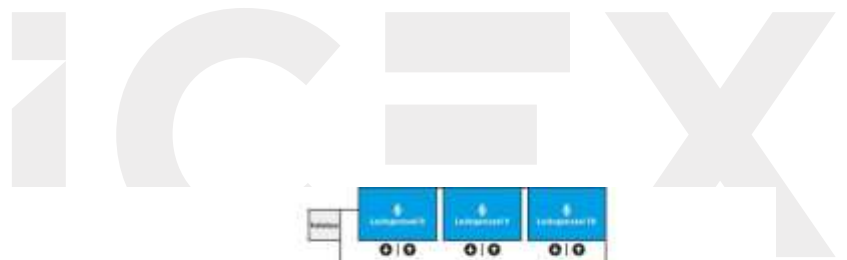
2.1. Ubicación y distribución del espacio

El recinto dispone de numerosas salas, en las que se han celebrado multitud de conferencias durante los dos días de feria. Estas conferencias se han realizado tanto en inglés como neerlandés, constituyéndose este último idioma como el más destacado. Entre los temas presentados se incluyen:

- B2B *E-commerce*
- Logística
- Economía de plataformas
- Redes Sociales
- SEA (Publicidad en motores de búsqueda)
- Contenido y *Branding*
- *Marketing* y publicidad en línea
- Estrategia y crecimiento
- SEO (Posicionamiento en motores de búsqueda)
- Rentabilidad
- Comercio por suscripción



- Comercio transfronterizo
- Automatización de *marketing & email*
- Experiencia del usuario y CRO (Optimización de la tasa de conversión)
- Inventario
- Transformación digital
- Trayectoria del cliente
- Experiencia del cliente
- Plataformas de pago
- Publicidad
- Modelos de negocios
- IA (Inteligencia Artificial)
- Legal
- *Branding*
- Seguridad
- Sostenibilidad
- *Customer Loyalty*
- *Startups*
- Metaverso



Fuente: Webwinkel Vakdagen.



2.2. Actividades de la feria

Webwinkel Vakdagen ofrece una amplia variedad de actividades que tienen lugar a lo largo de los dos días de la feria, tales como conferencias o mesas redondas, de las cuales solamente 7 del total se han realizado en inglés. Los detalles de estas actividades se encuentran disponibles en su [programa web](#).

A continuación, se presentan las actividades llevadas a cabo durante la edición de 2024.

23 DE ENERO DE 2024

KEYNOTE

- Inzichten uit 10.000 A/B testen: jde top 15 conversie best practices! - Jurjen Jongejan (Fundador)
- PostNL's CEO Herna Verhagen: de volgende fase in E-commerce – Herna Verhagen (CEO)
- Bol maakt duurzaam winkelen makkelijker – Boukje Taphoorn (CMO)
- Wat is het geheim van MediaMarkt? - Remko Rijnders (CEO MediaMarkt Benelux)
- De consument meenemen naar echte duurzame koffie – Kika Buhrmann (CEO Nespresso Netherlands)

LECTURE HALL 1

- Sociale robots in de winkel: Zijn ze van toegevoegde waarde? - Tibert Verhagen y Ewout Nas (Conferenciantes)
- Fashion-brand LOAVIES: groeien met een slimme gepersonaliseerde online strategie - Jane Woestenburg (LOAVIES), Charlotte Rademaekers (Happy Horizon)
- De B2B lancering van de bloemverpakking webshop Naru - Jordy Hummel (Decowraps), Kiki Wijnen (Elevate Digital)
- Van passie voor online tot succesvolle internationale business - Annemijn Otten (Countrywood)
- Gehoor beschermen in meer dan 55 Landen: Strategieën voor Groei en Slim Voorraad... - Lars Krommendijk (Alpine Hearing Protection)
- How to boost your international growth on European marketplaces - Philip van Dalen (Tradebyte Software GmbH), Johannes Diebig (Tradebyte Software GmbH)
- In 3 jaar met een webshop van 5 naar 10 miljoen omzet - Nabil Oualkaid (Budgetisolatieshop), Ralph Ewalds (Alona Marketing)
- Betaalbaar en schaalbaar innoveren: no-code toepassingen in de praktijk - Daniël Abrahamse (Knab.)



LECTURE HALL 2

- PLNTS.com - van stageproject tot internationale E-commerce retailer - Rens Drost (PLNTS.com)
- Experts aan het woord: Paneldiscussie over replatforming in B2B E-commerce - Joost Scholten (Imbema)
- Duurzaamheid en transparantie als voorwaarde voor subscription succes - Steven Koopmans (Boombrush), Kim Hiemstra (Boombrush)
- Nieuw magazijn? Zo richt je deze slim in! - Casper Bakker (Picqer)
- Meer groei met je webshop door inzet van Buy Now Pay Later (BNPL) betaalmethodes... - Ruben van Putten (CoolMobile BV)
- Succesvol je webshop verkopen. Welke stappen moet je allemaal zetten om tot een ... - Ester Schaap (Es. Creative Business Agency), Peter Rikhof (Brookz)
- Hoe balanceer je informatie en commercie? Hoe geef én krijg je vertrouwen aan en... - Olger Kistemaker (Hauster)

LECTURE HALL 3

- Hoe E-Commerce de sleutel tot succes is naar Vrijheid & International Ondernemen - Rebecca Braak (Rebecca Adventure Travel)
- Van 1 naar 3 aankopen: Girav's succesverhaal - Jurrian van As (Girav)
- Jollein & DHL eCommerce over: de synergie tussen technologie en online strategie - Roy Nieboer (Jollein), Thijs Baas (DHL eCommerce)
- Internationale SEO voor B2B in een zeer competitieve markt - Jeroen van der Linde (Flexas.com)
- SEO & Big Data: domineer Google aan de hand van deze datagedreven SEO-strategie - Stijn Bergmans (MvH Media)
- Van de verfwedshop naar Tintrio: onze reis op de sneltrein die E-commerce heet - Pieter De Witte (Tintrio / De Witte bv)
- Wat valt er van jou op de mat? Mini-cursus 'starten met direct mail' - Jeroen Kimmel (PSI-Vransen)
- Van vissers naar fitgirls: Hoe outdoormerk Stanley een compleet nieuwe doelgroep... - Bas Vossen (Stanley 1913)

LECTURE HALL 4

- Innovatieve replatforming: Hoe multibrand retailer The Stone fashion E-commerce ... - Sander Goedhart (The Stone), Rens Gerritsen (Buckaroo)
- Eenvoudig met je webshop naar de App Stores: Pip Studio lanceert een App voor on... - Sjoukje Eisma (Pip Studio), Heiko Beereboom (Touchwonders)
- Supergedetailleerde klantprofielen en verbeterde prestaties door de datagedreven... - Wouter de Rijk (fonQ.nl), Peter Vervelde (PostNL)



- Next-Gen E-commerce: een holistische benadering van CRO en personalisatie - Martijn Versteeg (Yellowgrape), Leonie Eckhardt (Yellowgrape)
- Met dit gereedschap bouwt Toolnation aan internationaal klantvertrouwen! - Juri Müller (Toolnation)
- Schaalbare SEO strategie voor internationale groei in luxe horloges, zo zet je d... - Sem van der Klauw (Wristler - Superior Watch Club), Niels Hoogeveen (LEQUAL)
- Professionalisering in een scale-up: Hoe blijf je op een gezonde manier groeien? - Thomas van den Berg (Veneta.com)

LECTURE HALL 5

- Van Antwerpen tot New York: het Verhaal van Essentiel Antwerp - Lucien Schut (Essentiel Antwerp), Caspar Hardholt (Alumio)
- Best practices uit de meertalige content strategie van Bugaboo - Satine Ogandzhanyan (Bugaboo International), Charlene Azie (TextMaster)
- BBQ Experience Center: over de valkuilen van een snelgroeiend bedrijf - Joey Buys (BBQ Experience Center), Koen Slooten (Mollie)
- Data, pricing en het koopblok: de sleutel tot winstgevendheid op marketplaces - Bart Vintcent (EffectConnect), Nico Cyx (HiFi.eu)
- The rise of Fairphone and the importance of transparency - Rick van der Wal (Trustpilot), Max Seabrooke (Fairphone)
- Replatforming E-commerce: maatwerkoplossing of in 2 maanden live met een flexib... - Sieger Koeman (Koeman Flowerbulbs), Jorgos Thravalos (Logic4 B.V.)
- Rituals: Verdrievoudiging van internationale online sales via shopping ads - Yannic van Overbeeke (Rituals), Martijn Beumer (Producthero)
- Hoe Chefstore B2B-succes vergroot met digitale betalingen - Stefano Arcari (Mondu)(Mondu), Ronald van Houselt (Chefstore.nl)

LECTURE HALL 6

- We delen onze lessen over het integreren van data voor een succesvolle inzet van... - Stian Boers (Emil Frey), Gerben Heerspink (Friday Digital Agency), Joost Nieuwlaar (Friday Digital Agency (Voorheen Bureau Strak & Webstores))
- Revoluties in het SEO en SEA landschap. Déze veranderingen moet je meenemen in 2... - Mark van Hattum (MvH Media)
- 705% Meer omzet uit e-mailkanalen door te focussen op klantretentie - Maarten Hofste (MaxiAxi), Bart Santos (Bookerz)
- AI voor marketeers: Zet je online marketing op z'n kop met AI - Rick Zuidbroek (DoubleSmart), Remco Zuidbroek (DoubleSmart)
- Hoe zet je een innovatief product in de markt met een klein budget? - Caro Niestijl (EcoStoof)



- Maak van begin tot eind extra impact via Neuromarketing - Chantal van den Berg (Chantal van den Berg)
- SEO en SEA voor héél veel filters en categorieën - Erik Hettinga (IGM - Badkamerwinkel.nl)

LECTURE HALL 7

- Next level E-commerce: QR-codes en unieke identificatie - Mirjam Karmiggelt (GS1 Nederland), Tim van der Hagen (bol)
- Navigeer door de EU-regelgeving: Je Gids voor Veilige Producten op de Europese M... - Martijn Duinkerke (Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA))
- Meer verkopen zonder stress: 3 verzend valkuilen om te voorkomen in 2024 - Nick Buddingh (Sendcloud)
- Replatforming: Best of Suite of Best of Breed - Michiel Bestebroer (NextChapter eCommerce)
- De digital & data skills die elke marketeer nodig heeft in 2024 - Bart Meerdink (Beeckestijn Business School)
- Communiceren over duurzaamheid: zo voorkom je groene praatjes - Stan Veldhuis (Autoriteit Consument en Markt), Corinna van der Spek (Autoriteit Consument en Markt)
- Hoe (social media) marketing Table du Sud binnen 8 jaar op de kaart heeft gezet - Nik Leenders (Table du Sud)
- Reliving presenteert: van afvalstroom naar inkomstenbron - Ananda van Doorn (Reliving BV), Jody Klaassen (Reliving)

LECTURE HALL 8

- Welk recht heeft mijn klant als hij zijn aankoop wil annuleren? - Vincent Romviel (Thuiswinkel.org)
- Princess: hoe maken we effectief gebruik van CGI (rendering) & AI bij contentcre... - Monique van Zundert (Princess Household Appliances / Smartwares Group)
- De toekomst van shopping: AI-gestuurde hyperpersonalisatie op grote schaal - Martijn Versteeg (Yellowgrape), Rik van den Wijngaard (Yellowgrape)
- Bouwen aan Jouw E-commerce Merk in het Tijdperk van AI - Rens Drost (E-commerce Architects)
- Niet iedereen is je klant, "Als je iedereen wil aanspreken spreek je niemand aan... - Adri Broos (Megekko BV)
- Het marketinginstrument van Malelions, van partnerships tot advertising. - Jimmy van der Pas (Malelions)
- Laat live je website roasten! Gratis fileer-sessie om je conversie weer strak te... - Martin van Kranenburg (Schrijven voor het brein), Etienne Donicie (Schrijven voor het Brein)



LECTURE HALL 9

- Leer hoe jij net als Certina neurowetenschap en profiling gebruikt voor een bete... - Martijn den Otter (Breinfoactor), Tom Moerman (Certina - Swatch Group)
- E-mailmarketing strategie van fashion brand Filling Pieces - Randy Adu Gyan (Filling Pieces), Vivian Jansen Schoonhoven (Elevate Digital)
- Internationale groei voor Knivesandtools met composable commerce: lessen uit de ... - Alexander van der Graaf (Knivesandtools)
- Converteer eenmalige aankopen naar trouwe klanten - Tristan Albersen (Spotler), Julien Staartjes (De Filmhallen)
- 1 Miljoen volgers: ¿dit is wat webwinkels kunnen leren van influencers! - Bart Kampschreur (Happy Horizon)
- Het vinden en binden van talent in een krappe arbeidsmarkt - Toon Borren (Picnic)
- Aanzienlijke kostenbesparing per advertentie-aankoop via Socials: De Dynamic Ima... - Jules Steultjens (Channable)
- Hoe kan je als webwinkel je business model circulair maken? - Nicole Stofberg (De Haagse Hogeschool), Jesse Weltevreden (Hogeschool van Amsterdam)

LECTURE HALL 10

- Revolutie in Beauty- en RetailTech: Hoe Wetenschap, Technologie en Data Duurzaam... - Sinem Tuncer (Arkive B.V.)
- Slow E-commerce met duurzaamheid in de hoofdrol - Maykel Willemsen (Dille & Kamille)
- Duurzaamheid in je bedrijfs-DNA geeft nieuwe kansen - Rick Verkuyl (Marktplaats)
- Circulair in 2030, samenwerken voor duurzaamheid! - Suzanne Debrichy (PostNL), Marieke van der Heijden (bol.com), Terry Hommelberg-Hoogsteder (Livera)
- Duurzaamheid als kans voor je webshop: Groeien en Excelleren - Alicja van Ewijk (Thuiswinkel.org), Irene Jonkman (Thuiswinkel)

LECTURE HALL 11

- Digitale doorbraak in B2B E-commerce: in 7 stappen naar marktleider - Bas Kroontje (PANGAEA Digital Agency)
- Wat als je zou weten welke bedrijven je website bezoeken? - Bram Van de velde (Leadinfo), Michiel Simons (Leadinfo)
- Activeer je data met de nieuwe Spotler solution suite voor E-commerce - Tim Hoefnagel (Squeezely), Mark van den Berg (Spotler)
- Online E-commerce strategie in 2024: zo win jij van de concurrentie! - Fabian Marks (Blauwe Monsters B.V.), Ruben Senneker (Blauwe Monsters B.V.)
- Strategische marketing beslissingen nemen door overvloed aan Search Data - Jeroen Meijer (Aspen Digital)(Aspen Digital)



- How to optimise your performance and start selling international with Kaufland G... - Eleni Dingiludis (Kaufland Global Marketplace), Miroslava Biresova (Kaufland Global Marketplace)
- Ontdek de impact van composable commerce - Bram Birkhoff (Blindspot), Ben van Steenberg (Itonomy)
- Fitwinkel: met AI forecasting in 6 maanden tijd je voorraad 40 % verlagen - Martijn Janssen (Fitwinkel), Wiebe Konter (OptiPLY)
- 'Dit systeem ken ik...' Softwareselectie in E-commerce: inzicht in de valkuilen ... - Harco van Polen (SoftwareMatching.io), Peter de Bruin (The Partner Sales BV)
- Minder stress, meer leuke dingen doen — Hoe Toppo pioniert met guided selling en... - Jeroen van Uden (Toppo), Marja Silvertant (Aiden)

ROUND TABLE SESSIONS #1

- Unlock global growth and customer satisfaction with an international multi-wareh... - Dennis Raadschelders (Active Ants)
- AI-Revolutie in Online Retail: Praktische Toepassingen en Succesverhalen - Stefan van den Brink (Promentum)
- Meer omzet uit e-mailmarketing door efficiënt gebruik van klantdata - Frank Mulder (Copernica B.V.), Dan Chneider (Copernica B.V.)
- De AI-revolutie in E-commerce content voorbij de hype - Martijn Hoogeveen (Icecat)
- Verbetering van het Succes van Detailhandelaren met Moderne POS Oplossingen - Albert de Vlieter (Extenda GO)(Extenda Retail)

ROUND TABLE SESSIONS #2

- Europe's growth engine: From Utrecht to 18 mln active buyers with Allegro - Shakhil Shah (Allegro)
- Blik vooruit naar de toekomst van jouw E-commerce business - Brian Hirman (iO)
- Verder groeien met E-commerce, laat je niet tegenhouden door IT! - Samanta Pijl (SucceedIT), Daniël Cronie (Ecomwise)
- Let's talk replatforming - Gijs Hoondert (XSARUS Digital Commerce), Melanie Koppenaal (XSARUS Digital Commerce)
- Waarom is Exact Online de ideale fit voor jou als webwinkelier? - Gerald Teunis (xCore), Chris Spaander (Exact)



24 DE ENERO DE 2024

KEYNOTE

- Van Zolderkamer Tot Multinational – Geheimen van een ondernemer - Eric Idema (EasyToys)
- Een introductie tot Embedded Finance: Integratie van financiële producten en ser... - Edwin van Bommel (ABN AMRO)
- Hoe jij start, overleeft en floreert als super specialist! - Michiel Vos (De Pindakaaswinkel)
- Het voordeel van HEMA - Pieter Heij (HEMA)
- Amazon.nl: Success and Scale Bring Broad Responsibility - Roeland Donker (Amazon.nl)

LECTURE HALL 1

- De DACH regio: de sleutel tot 95 miljoen Duits sprekende mensen! - Andreas Giese (Dexport)
- Praktijk-case: hoe Wegter in 1 jaar haar volledige IT-ecosysteem transformeerde - Guy Wegter (Wegter Family of Brands), Niall McColm (Happy Horizon)
- Transformatie van een Eeuwenoude Houthandel - David de Jong (VonWood)
- Houseduchampagne.nl – Een traditioneel vakgebied in een vooruitstrevend business... - Gerben van Leeuwen (House Du Champagne B.V.)
- Boekhandel Libris: zó onderscheid je je in de markt als je niet kunt stunten met... - Marcel de Groot (Libris Blz. B.V.), Joris Hoogenboom (Happy Horizon)
- De 8 geheimen om winstgevend te groeien via marketplaces - Andreas Giese (Dexport)
- Van webwinkel naar eigen fabriek en merk - Marco Janssen (Horren.com (ZOEM))
- Hoe overleef ik de post covid ecom recessie - Hidde van der Louw (PLUTOSPORT EUROPE BV)

LECTURE HALL 2

- AI, Metaverse en circulariteit: wat is relevant voor mij? - Boudewijn Raessens (Fontys Economie & Communicatie)
- TikTok als onderdeel van je E-commerce strategie voor Gen Z: Het Behalen van Mee... - Rahim Nnafie (TouzaniFC), Roza Francken (Elevate Digital)
- Hoe gebruik je retail media om je verkoop te laten groeien? - Ken Eeldert (bol)
- Slim voorraadbeheer: de strategische aanpak van Zuiver op hun supply chain tijde... - Sabine Zagers (Zuiver)
- Local SEO: leer van de successen van ThePhoneLab - Boris Blijham (ThePhoneLab), Niels Hoogeveen (LEQUAL)
- Reflower. Blijvende bloemen, echte kunst - Ellyne Bierman (Reflower)
- Cross-channel voor conversie: 3 formules voor succes ná de feestdagen - Juliette Aiken (Dotdigital)



- Hoe wij er in slagen een oudere bevolkingsgroep (online) te bereiken - David Lebbe (Thuiszorgwebshop.be)

LECTURE HALL 3

- Hoe kwam Mobiel.nl tot de juiste strategie voor SEO, SEA en Affiliate marketing ... - Kees Beckeringh (Mobiel.nl)
- De sleutel tot succes: 5 punten die je vandaag nog moet aanpakken in je retourst... - Olivier Muller (Returnista)
- Jollein & DHL eCommerce over: de synergie tussen technologie en online strategie - Roy Nieboer (Jollein), Thijs Baas (DHL eCommerce)
- Online Marketing: In-house of kiezen voor een VEEL TE DUUR agency? - Jasper Boudewijns (Alona Marketing)
- Inzet van slimme online marketing om te groeien in de fashion retail - Sanne van Mierlo (tess v), Myrthe Laurijssen (tess v)
- Google Ads in 2024: dé inzichten en optimalisaties om jouw concurrentie te versl... - Romy Peeters (MvH Media), Jorinda de Klerk (MvH Media)
- Met je merk naar de US - Tips & Tricks van Ukje.com - Sifra Geijtenbeek (Ukje)
- Print of Pixels.... de eeuwige tweestrijd tussen online en offline bereik - Dick Gussen (Corendon)

LECTURE HALL 4

- Starten met marketing automation: het groeipad van BOSKA - Eleftheria Strien (BOSKA), Kjeld Piek (Clever Strategy)
- Explosieve groei bij XXL Nutrition: Hoe het vliegwiel keihard ging draaien - Johan Smits (Yellowgrape), Jordy Holthuisen (XXL Nutrition)
- Van koekenbakker tot serieuze business! - Paul Heikens (Brownies per Post), Christiaan Hobma
- Dé 5 internationale E-commerce trends van dit moment - Rudi Theuerzeit (PostNL / Spring Global Delivery Solutions), Björn van Hamond (RPI Print)
- De online klantreis van 2024: persuasive personalisatie met onze 5 stappen strat... - Rik van den Wijngaard (Yellowgrape)
- De winnende SEA strategie voor 2024 met de inzet van AI, data en automatisering - Dyon Metselaar (Netprofiler), Danny Munier (Netprofiler)
- Naadloze Schaalbaarheid: Transformeer Retail met Geïntegreerde AI en ERP - Stefan van den Brink (Promentum)
- Van Sap maken in de keuken tot internationaal Sap bedrijf - Bas Grund (Sapje), Barend Den Heijer (Sapje)



LECTURE HALL 5

- Van webshop naar groothandel en specialist binnen de markt - Jeroen Workum (Hollandlamp)
- Maxilia's succesverhaal: conversiegroei, winsttoename en klanttevredenheid dankz... - Vincent de Wit (Maxilia), Mark Veldkamp (Tweakwise)
- A journey filled with challenges and setbacks, but stronger and wiser - Anne de Vries (Tubber)
- Hoe kan je meer omzet halen uit België? - Eric Lippens (Vraaghetdebelg.nl)
- Meer omzet uit Google met shopping ads: gebruik superkrachten van 10.000 webshop... - Sem Tielemans (Producthero), Amber ter Horst (Producthero)
- Binnen een Maand Succes met CRO: Ontdek 7 Supersnelle Tips om jouw Conversies te... - Maurice Beerthuyzen (ClickValue)
- Een Digitale Revolutie in Affordable Luxury E-commerce: Het Verhaal van Zuiver I... - Lukas Roeling (Redkiwi), Maarten Dubbelman (Zuiver Interior Group)
- Hoe Undiemeister online de markt veroverd - Jeroen Adriaans (Undiemeister)

LECTURE HALL 6

- De automotive kan met E-commerce verduurzamen, hergebruik auto-onderdelen en ban... - Rolf Westgeest (EuroStocks.com)
- De 3 belangrijkste lessen die webwinkels kunnen leren van Kamera Express voor ee... - Jelle Lagendijk (Kamera Express), Joost Kempe (Returnless)
- Hoe je een Customer Data Platform inzet voor je verzamelde data - Pascal Knecht (Shuz), Tristan Albersen (Spotler)
- Een deep dive in intelligente marketing automation voor internationale bedrijven - Sven Hagenouw (MandAd e-mailmarketing), Manou Buruwaa (eHealth Ventures Group)
- In vier jaar van 0 naar 3 miljoen euro geattribueerde omzet op ecom - Jelle Teeuwisse (Spotler), Jeroen van Huet (Auping)
- Winstgevend groeien op Marketplaces: 5 concrete tips! - Lucas Bassa (Netprofiler), Joost Legebeke (Netprofiler)
- Van frustratie tot grootste online soa-test bedrijf van Europa - Marlous Lasschuyt (Soapoli-online), Klazien Visser (Soapoli-online)
- Disrupting food: Een B2B marketplace bouwen in de traditionele food markt - Jan Klawer (1-2-Taste)

LECTURE HALL 7

- De klant had maar één wens; Delivering a marvellous service - Dennis Raadschelders (Active Ants)
- Van woonwinkel naar E-commerce gigant. Een omnichannel succesverhaal - Bas Vaanholt (Pay.), Martijn Geerdink (HUUS)



- Een merk met een missie: Zo realiseert Sprinklr ieder jaar duurzame groei - Suzanne van Straaten (Sprinklr)
- AI voor marketing en klantensupport bij Nature-Skins.com - Raymond Hewitt (Mobile XL B.V.)
- Redefining BNPL: Combining a Human-Centric Vision with New Regulations - Lenhard Hubscher (Riverty Group GmbH)
- Hoe bied je op factuur betalen aan in B2B E-commerce zonder alle risico's en adm... - Ruud Lansman (RL Sales)
- Gen AI & The Age of Customer Conversation - Michiel Gaasterland (CM.com)
- Hoe een Multi-carrier strategie ervoor zorgde dat YourSurprise internationaal ko... - Leander van der Stoep (YourSurprise), Jeroen Terheggen (nShift)

LECTURE HALL 8

- How to unlock TikTok's Shopping potential with good creatives and ads - Bastian Verhulst (TikTok)
- SEO & AI: dit is hoe je Artificial Intelligence succesvol inzet om te winnen met... - Stijn Bergmans (MvH Media)
- Zonder naamsbekendheid in 1 jaar naar duizenden bestelling per jaar, in Nederlan... - Joost Hultink (Wildride), Dennis Stokman (Blauwe Monsters B.V.)
- Experts aan het woord: Over dé B2B E-commerce trends 2024, AI Impact & waarom in... - Rian Faaij (Bieze Food Group), Henry Bol
- Van pionier tot pro: het duurzame succesverhaal van H-G Sports op Marktplaats - Jim Strootman (H-G Sports), Jasper Stevens (Marktplaats)
- Sligro's recept voor een sterk site search fundament - Twan Hurkmans (Sligro Food Group)
- WORKSHOP Boost je creativiteit: zo ontwikkel je je eigen creatief vermogen - Bob Muntjewerff (Beeckestijn Business School)

LECTURE HALL 9

- De kunst van voorraadbeheer: Praktische tips van IGEPA - Lisa Mattijssen (Igepa)
- Ambacht vs Innovatie: de digitale transformatie van Eshuis - Marije Hulzebosch (Eshuis)
- Hoe Delihome traprenovatie schaalbaar maakt voor E-Commerce met 3D configuratie - Wart van Nuland (Deli Home)
- Hoe IGO Promo zich transformeerde van offline speler tot award winnende B2B e-co... - Carlo van Veghel (IGO Promo)
- Transformatie van een Eeuwenoude Houthandel - David de Jong (VonWood)
- Configure-Price-Quote: foutloos offreren tot productie automatiseren met 3D visu... - Eduard Saris (Eduard Trailers)
- Ervaart uw klant de gevolgen van conflicten tussen Marketing en Supply Chain? - Willem Schilders (Basiq Dental), Susan Hendriks-van den Brand (Basiq Dental)



- Hoe Azerty haar online activiteiten vormgeeft: pragmatisch en persoonlijk - Michael Zwart (Azerty), Jiska Meulman (Azerty)

LECTURE HALL 10

- Green Innovation Trends in Global Supply Chains: Shaping the Future of Internati... - Sunny Cui (NextSmartShip)
- Decathlon goes circular: hoe sportretailer Decathlon circulaire modellen opzet - Marianne Leeuwen (Decathlon)
- Duurzaam gedreven werken in E-commerce - Drie inzichten om direct mee te beginne... - Chantal Schinkels (Chantal Schinkels)
- Wetgeving: wat komt er voor wetgeving aan op duurzaamheidsvlak? - Wouter van der Laan (Thuiswinkel.org)
- Communiceren over duurzaamheid: zo voorkom je groene praatjes - Stan Veldhuis (Autoriteit Consument en Markt), Corinna van der Spek (Autoriteit Consument en Markt)

LECTURE HALL 11

- Van een saaie boekhouding naar exact weten hoeveel belasting je de komende maand... - Richard Smid (216 Accountants)
- Ga van 2 % naar 20 % conversie van leads en start gratis met Leadinfo! - Michiel Simons (Leadinfo)
- E-commerce revolutie in B2C: in 7 stappen naar marktdominantie - Bas Kroontje (PANGAEA Digital Agency)
- 360.º marketingstrategie voor E-commerce - Jimé Hoen (MijnMarketing.com)
- 360.º cross-border solutions in Central and East Europe: 1 hub for 80 million con... - Lukasz Zak (Eurohermes)
- Sneller kunnen schakelen in de dynamische wereld van fashion dankzij composable ... - Andre Kortekaas (Studio Anneloes)
- XXL Nutrition: hoe je met slim voorraadbeheer winstgevend 70% groeit - Brent Van Hoof (XXL Nutrition), Wiebe Konter (Optiply)
- Klanten die twifelen kopen niet — Waarom E-commerce kapot is en hoe we het kunn... - Marja Silvertant (Aiden)
- Hoe zorg je ervoor dat de nieuwe wet digitale toegankelijkheid je geld oplevert? - Caitlin de Rooij (Level Level)
- Het Succes van E-commerce Ontgrendelen: iDEAL en Smartphonehoesjes.nl - Ruben Arends (Smartphonehoesjes.nl), Rob Hoitink (Currence iDEAL)



ROUND TABLE SESSIONS #1

- Hoe versnel je de groei van jouw E-commerce business? Let goed op deze metrics! - Evert Hemelaar (SCAYLE)
- Composable commerce: een minder grote stap dan je denkt - Ard van Leeuwen (Kega), Stefan de Jong (Kega)
- Grip op je magazijn: maak ruimte voor groei - Casper Bakker (Picqer)
- Product Search & Discovery: optimaliseer de key onderdelen - Ronald Meeuwissen (Tweakwise)
- Meer omzet uit e-mailmarketing door efficiënt gebruik van klantdata - Dan Chneider (Copernica B.V.), Frank Mulder (Copernica B.V.)

ROUND TABLE SESSIONS #2

- Blijf de concurrentie voor met een omnichannel gedachte in communicatie en payme... - Olaf Zwijnenburg (Rabobank), Jaap Dijkstra (Rabobank), Melvin Dom (oct8ne)
- Innovatieve replatforming - Rens Gerritsen (Buckaroo)
- Blik vooruit naar de toekomst van jouw E-commerce business - Brian Hirman (iO), Martijn Koolen (iO)
- Hoe je een Generative AI chatbot kan gebruiken om klantenservice te verbeteren z... - Io Michels (CM.com), Kevin Janssen (CM.com)
- Let's talk replatforming - Gijs Hoondert (XSARUS Digital Commerce), Melanie Koppenaar (XSARUS Digital Commerce)

Las conferencias a las que se ha asistido han sido las siguientes:

- **Green Innovation Trends in Global Supply Chains: Shaping the Future of International Shipping for Ecommerce Business.**
- Ponente: Sunny Cui – directora general de la UE de NextSmartShip.

En la conferencia se abordaron diversos temas como la creciente relevancia de la sostenibilidad en el marco del comercio electrónico y la cadena de suministro global.

En primer lugar, Sunny Cui, directora general de NextSmartShip en la Unión Europea, analizó la transición de las marcas y sus métodos productivos hacia un ecosistema sostenible, destacando el significativo desafío que esto representa para las empresas. La presentación resaltó la creciente adopción de prácticas de transición verde en todas las compañías, con inversiones cada vez mayores en soluciones sostenibles, y más accesibles incluso para el pequeño comercio. Se exploraron estrategias sostenibles como impulsores del crecimiento empresarial y se presentó el enfoque de *NextSmartShip* como ejemplo de solución sostenible.

Además, Sunny Cui destacó tres tendencias clave en la cadena de suministro para las empresas de comercio electrónico: el modelo de ventanilla única, la gestión integrada del cumplimiento y la



innovación verde. Estas tendencias resaltan la importancia de una gestión eficiente de la cadena de suministro para las empresas enfocadas en el comercio electrónico.

Por otro lado, se exploraron soluciones ecológicas de diferentes tiendas online y se presentaron estudios de casos de colaboración exitosa entre *NextSmartShip* y clientes en el ámbito del comercio directo al consumidor. Resaltó que las soluciones sostenibles no solo ofrecen un incremento de la reputación de las empresas a corto plazo, sino que también impulsan el crecimiento a largo plazo de los negocios digitales.

La conferencia concluyó con la presentación de valiosas perspectivas sobre cómo las empresas pueden aprovechar las tendencias innovadoras y adoptar prácticas sostenibles para impulsar su crecimiento a largo plazo.

- **360.º cross-border solutions in Central and East Europe: 1 hub for 80 million consumers.**
- Ponente: Lukasz Zak – CEO y Fundador de Eurohermes.

Eurohermes es una empresa especializada en logística, tecnologías de la información y servicio al cliente, además de abarcar una amplia distribución del comercio electrónico en Europa Central y Europa del Este. En la conferencia ofrecida por Lukasz Zak, CEO y Fundador de Eurohermes, se presentaron soluciones transfronterizas integrales para la región previamente mencionada.

Eurohermes ofrece servicio a más de 400 clientes, procesando más de 5 millones de paquetes transfronterizos anualmente, con más de 40 servicios postales y de mensajería en 20 países. Se enfocan en soluciones de entrega contra reembolso (COD), especialmente relevantes en mercados donde hasta el 60 % de las transacciones de comercio electrónico utilizan este método de pago. El servicio se ofrece en 10 idiomas locales y cuenta con entrega exprés de 24 a 48 horas.

Además, ofrecen asesoramiento en integración de tecnologías de la información y optimización de procesos de intercambio de datos, adaptándose a las características específicas de los mercados de Europa Central y del Este. Este asesoramiento es relevante para los clientes que venden a través de plataformas líderes en el *E-commerce* como Allegro, eMAG, Kaufland, Amazon, Pigu, Zalando, eBay y Otto.

Por último, destacó la flexibilidad y rapidez en la distribución y logística inversa. Su almacén estratégicamente ubicado en la frontera entre Alemania, Polonia y la República Checa permite servicios logísticos desde un solo origen, con entregas en 24 horas a Alemania, Polonia y la República Checa, y en 48 horas a otros países de la Comunidad Económica Europea.

2.3. Participación española

Es importante señalar que la presencia de participantes españoles en Webwinkel Vakdagen fue escasa, identificándose exclusivamente la empresa Correos.

El Grupo Correos opera en el sector postal y de comunicación digital, liderando el sector de distribución de paquetes urgentes y no urgentes. Se considera una fuerza destacada en el comercio electrónico a nivel nacional e internacional.

Su participación en la feria estuvo motivada principalmente por el objetivo de captar potenciales clientes. Experimentaron una mayor afluencia de visitantes en el *stand* durante el primer día, mientras que, en el segundo día, apenas hubo afluencia.

Cabe destacar que han identificado posibles oportunidades de negocio con acuerdos a corto plazo. Además, subrayan la relevancia del perfil empresarial presente en las consultas, destacado en *start-ups* del sector textil y consolidadores de carga que buscan expandirse en el mercado español.



Stand Correos. Fuente: elaboración propia. Ofecome La Haya.

3. Tendencias y novedades presentadas

Durante la celebración de Webwinkel Vakdagen, se abordaron diversos temas, entre los que se encuentra la pérdida de datos externos a través de la publicidad por parte de los empresarios. Este fenómeno se debe, en parte, a la eliminación gradual de las *cookies* de terceros y a la creciente concienciación de la privacidad por parte de los consumidores. Como consecuencia, la captación de nuevos clientes se presenta como un desafío cada vez más complejo. Por ello, en 2024, los minoristas dedicados al comercio electrónico están orientando sus estrategias hacia la retención y cautivación de clientes. Se ha comprobado que estas estrategias inteligentes de retención producen una mayor rentabilidad en comparación con la adquisición de nuevos clientes.

Los clientes esperan un servicio personalizado basado en el análisis de sus datos. No obstante, sus preferencias van cambiando con el paso del tiempo y según las tendencias del mercado. Por ello, las empresas deben centrarse en analizar estas características en el momento presente y anticiparse a posibles cambios futuros en la perspectiva del consumidor.

Gracias a la Inteligencia Artificial, las empresas están adquiriendo una creciente capacidad para adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores.

La inteligencia artificial se ha presentado durante toda la feria como una herramienta invaluable en el ámbito del *E-commerce*. La capacidad autónoma que esta herramienta ofrece a las empresas posibilita la fácil incorporación de contenido atractivo en las plataformas para el cliente final. Se anticipa un gran auge en el año 2024, donde se explorará en mayor medida cómo el contenido artificialmente generado impacta en la popularidad y la visibilidad en las búsquedas.

En el análisis de las tendencias actuales del comercio electrónico se destaca que, como resultado de la reapertura de todas las tiendas tras el periodo de declive ocasionado por la pandemia, se ha logrado estabilizar el gasto *online*, observándose un aumento significativo en el gasto a través del comercio electrónico. Según las estadísticas de Statistics Netherlands, el gasto en comercio minorista *online* en los Países Bajos está en alza. Asimismo, las proyecciones de GlobalData¹ anticipan un crecimiento del 9 % para el comercio electrónico en Europa en 2024, coincidiendo con una marcada disminución de la inflación.

Por otro lado, se abordaron aspectos cruciales como el crecimiento de las compras a través de las redes sociales. Un ejemplo de esta tendencia es el acuerdo formalizado entre Meta y Amazon, que permite a los usuarios de Facebook e Instagram en Estados Unidos realizar compras directamente desde la plataforma de Amazon. Otro caso destacado es el de la red social TikTok, cuya plataforma

¹ <https://ecommercenews.eu/european-ecommerce-to-grow-9-annually/>

TikTok Shop ha experimentado un notable éxito tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido, facilitando la conexión entre usuarios y vendedores.

Otra de las novedades a destacar es el reciente reglamento formalizado en Bruselas sobre el diseño ecológico. Se espera que este reglamento entre en vigor dentro de unos años, y su objetivo principal es prohibir la destrucción de ropa y calzado no vendidos. Esta normativa presenta una significativa oportunidad para el creciente comercio de productos usados, impulsando iniciativas como Amazon (Renewed), Decathlon (BuyBack), Loavies (Reloaved), así como plataformas populares como Wallapop, Vinted, y Marktplaats.

Además de la oferta de productos de segunda mano, se observa una creciente tendencia hacia la sostenibilidad en los envases. Un ejemplo de esto es la iniciativa adoptada por Amazon en Europa, donde recientemente han implementado el uso exclusivo de cajas, bolsas y sobres totalmente reciclables. En el recinto ferial, se pueden encontrar diversos proveedores que ofrecen soluciones de embalaje, maquinaria especializada y materiales de protección, todos ellos centrados en la sostenibilidad y la reutilización.

Siguiendo la tendencia de Amazon, la empresa Bol también está consolidándose cada vez más como una plataforma publicitaria. Se anticipa que los avances tecnológicos impulsarán el crecimiento tanto en la demanda como en la oferta.



Fuente: elaboración propia. Ofecome La Haya.



Fuente: elaboración propia. Ofecome La Haya.

icex



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Webwinkel Vakdagen es la principal feria de comercio electrónico que se celebra en Países Bajos.

Es considerada como un punto estratégico para establecer conexiones con más de 13.000 profesionales de la industria y posibles clientes. Además, se posiciona como el epicentro de encuentro desde pequeñas empresas emergentes hasta grandes multinacionales.

El objetivo primordial de la feria es explorar las últimas tendencias y novedades en el ámbito del comercio electrónico, abarcando desde innovaciones en plataformas de venta hasta soluciones tecnológicas de vanguardia, con el propósito de crear sinergias.

Las diferentes conferencias y seminarios que se llevan a cabo ofrecen un análisis profundo de las tendencias globales y los desafíos que enfrenta la industria del comercio electrónico en la actualidad. La capacidad de análisis en tiempo real es fundamental para adaptarse a un entorno empresarial dinámico que se encuentra en constante evolución.

La visita a Webwinkel Vakdagen puede ser beneficiosa para las empresas españolas que busquen adentrarse en el sector del comercio electrónico o que tengan como objetivo vender en Países Bajos.

Cabe destacar que la participación española en el evento es escasa. Incrementar la participación española es recomendable para fortalecer la presencia de las empresas españolas en el competitivo mercado del comercio electrónico en los Países Bajos.

Se valora positivamente la organización de la feria, el espacio en el que se ha celebrado y la gestión de las conferencias, así como la entrada en las mismas.

Por otro lado, se ha realizado una labor de prospección con respecto a las principales plataformas o *marketplaces* presentes en países bajos. Este análisis ha suscitado un notable interés en la promoción de su actividad ante las empresas españolas que deseen expandirse internacionalmente.



5. Anexos

5.1. Jaarbeurs Utrecht – Cómo llegar

Jaarbeursplein 6, 3521 AL Utrecht. Países Bajos.

Tel: +31 0302955911

Web: <https://www.jaarbeurs.nl> (disponible en inglés y en neerlandés)

Cómo llegar: Existen varias alternativas para acudir al recinto ferial Jaarbeurs Utrecht. Debido a las condiciones del tráfico en Países Bajos, es recomendable utilizar el transporte público para evitar los frecuentes atascos.

- En coche: El recinto dispone de tres aparcamientos diferentes, P2, P4 y P6, dependiendo de la ubicación del recinto en la que se realiza el evento. En este caso, al realizarse en los pabellones 7, 8 y 9, se debe de aparcar en P4 y P6. Ambos aparcamientos están abiertos 24 horas, los 7 días de la semana. Hay que seguir las señales azules ANWB con la indicación “Jaarbeurs” desde la Carretera de circunvalación Utrecht Ring. La tarifa del aparcamiento es de 4,40 € por hora. La tarifa diaria online es de 25,50€ y la tarifa diaria presencial es de 29,50€
- En tren: La estación Central de Utrecht está a 58 metros del recinto ferial y tiene conexiones regulares con el aeropuerto Schiphol, La Haya, Rotterdam, o Ámsterdam.
- En transporte público: Las paradas de autobuses y tranvía están en Jaarbeursplein, justo al lado de la estación central de Utrecht.

En cuanto al alojamiento, es conveniente reservar con antelación el hotel al tratarse de una ciudad turística y con alta afluencia de visitantes. Hay un hotel de la cadena NH muy cercano a la feria, el Hotel NH Utrecht.



5.2. Organizadores Webwinkel Vakdagen

- **Equipo proyecto Webwinkel Vakdagen**

Organisatie Groep Zuid bv
Nuenenseweg 167
5667 KP Geldrop.
Teléfono: (+31) 0402808400
Email: email@webwinkelvakdagen.nl
Web: <https://www.ogz.nl>

ICEX

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones