

FLANDERS  
INVESTMENT  
& TRADE



Vlaanderen  
is internationaal  
ondernemen

# MAAK VAN UW ONLINE HANDEL EEN KLINKEND SUCCES

DRAAIBOEK VOOR  
E-COMMERCE IN HET VK



Gefinancierd door  
de Europese Unie



Deloitte.



<b>WELKOM</b>	<b>3</b>				
.....					
<b>DEEL 1</b>					
<b>E-COMMERCE IN HET ALGEMEEN</b>					
<b>VERZENDING NAAR HET VK (VOORWAARTSE STROOM): 7 FASES</b>	<b>6</b>				
Fase 1 – Voorbereiding	7				
Fase 2 – Orderverwerking	9				
Fase 3 – Douaneafhandeling	10				
Fase 4 – Transport	11				
Fase 5 – Levering bij klant	12				
Fase 6 – Klantenservice	15				
<b>TERUGZENDING VANUIT HET VK (RETOURSTROOM)</b>	<b>17</b>				
<b>ALLE PARTIJEN IN HET E-COMMERCEPROCES EN HUN TAKEN</b>	<b>18</b>				
Koper – verkoper	18				
Exporteur – importeur	18				
(E-)Fulfilment center operator	19				
Expeditie (freight forwarder)	20				
Douaneagent	21				
Transporteur/koerierdiensten	22				
Terminal operator	23				
<b>WETGEVEND KADER VOOR E-COMMERCE</b>	<b>23</b>				
Btw bij e-commerce	26				
.....					
<b>DEEL 2</b>					
<b>E-COMMERCE NAAR HET VK: DE VOORBEREIDING</b>					
<b>CREATIE VAN UW WEBSITE</b>	<b>29</b>				
Soorten e-commercesoftware	30				
De cloud	31				
Betalingsplatformen	34				
9 aandachtspunten bij het bouwen van een website	35				
Privacy policy	36				
Cookies	36				
Algemene voorwaarden	37				
Kosten en verantwoordelijkheden	37				
Domeinnaam website	38				
Beveiliging website	38				
Sociale media	39				
		Mobiele versie van uw website	41		
		Nieuwsbrieven via e-mail	42		
		Trustmarks voor uw website	43		
		<b>BESTAANDE PLATFORMEN GEBRUIKEN</b>	<b>45</b>		
		<b>AANDACHTSPUNTEN VOOR DE E-COMMERCEHANDEL NAAR HET VK</b>	<b>48</b>		
		.....			
		<b>DEEL 3</b>			
		<b>E-COMMERCE NAAR HET VK: VERKOOP</b>			
		<b>INFORMATIEPLICHT VOOR DE VERKOOP</b>	<b>50</b>		
		<b>INFORMATIEPLICHT NA DE VERKOOP</b>	<b>53</b>		
		<b>ALGEMENE VOORWAARDEN (TERMS &amp; CONDITIONS)</b>	<b>54</b>		
		.....			
		<b>DEEL 4</b>			
		<b>DE UITVOERING</b>			
		<b>ZENDING</b>	<b>58</b>		
		Definitie magazijn	58		
		Types magazijnen	59		
		Het magazijn: zelf doen of uitbesteden?	60		
		Proces in het magazijn	61		
		Digitalisatie van het magazijn	62		
		Warehouse Management System (WMS)	62		
		Automated picking tools	65		
		Automated Guided Vehicles (AGV)	65		
		Virtual Reality (VR)	65		
		<b>LEVERING</b>	<b>66</b>		
		First mile delivery	67		
		Middle mile delivery	67		
		Last mile delivery	67		
		<b>VERZENDINGSMETHODE</b>	<b>68</b>		
		Track & Trace (T&T)	70		
		Orderverwerkingsplatformen	71		
		BE-GATE	72		
		Super Reduced Data Set in het VK	74		
		.....			
		<b>DEEL 5</b>			
		<b>DE NAZORG</b>			
		<b>OMGEKEERDE LOGISTIEK</b>	<b>76</b>		
		Stap 1 – Retourbeleid	77		
		Stap 2 – Retourzendingen voorkomen	79		
		Stap 3 – Bestemming retourzendingen	80		
		Stap 4 – Procedure terugzendingen	81		
				Stap 5 – Verwerking teruggezonden goederen	82
				<b>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: CRM</b>	<b>82</b>
		.....			
				<b>SUPPORT NODIG? DOE EEN BEROEP OP DE DIENSTEN VAN FIT!</b>	<b>84</b>
				<b>BIJLAGEN</b>	
				<b>A – AANBIEDERS ONDERSTEUNING BIJ WEBSITE OPZETTEN</b>	<b>85</b>
				<b>B – BETALINGSPROVIDERS</b>	<b>86</b>
				<b>C – AANBIEDERS SOCIALE MEDIA</b>	<b>87</b>
				<b>D – DOUANEAGENTEN IN E-COMMERCE</b>	<b>88</b>
				<b>E – KOERIERSDIENSTEN IN HET VK</b>	<b>90</b>
				<b>F – AANBIEDERS WEBSHOPS</b>	<b>91</b>
				<b>G – (E)FULFILMENT CENTRA</b>	<b>92</b>
				<b>H – TOELICHTING BIJ VEREISTE DOUANEFORMALITEITEN</b>	<b>94</b>
				EORI-nummer	94
				Goederencode	94
				Oorsprong	94
				Productspecifieke vereisten en uitvoerbeperkingen	95
				Veiligheids certificering in het VK:	
				CE- en UKCA-markering	95
				Veelgestelde vragen over UKCA	96
				Btw	96
				Accijnzen	97
				<b>I – SECTORFEDERATIES</b>	<b>98</b>
				In België	98
				In het VK	99
		.....			
				<b>LIJST VAN AFKORTINGEN</b>	<b>100</b>

# WELKOM!

Online shoppen is intussen helemaal ingeburgerd. Meer zelfs, klanten verwachten tegenwoordig dat ze alles via het internet kunnen kopen, het aanbod kent geen grenzen. Maar ook voor u biedt e-commerce tal van kansen om nieuwe markten te veroveren, zonder dat u daarvoor fysiek ter plaatse moet zijn. Met de juiste winkelervaring zal uw klanttevredenheid alleen maar toenemen, en die klanten zullen bovendien van over de hele wereld komen.

E-commerce is dan ook een trein die u niet mag missen. Maar hoe doet u dat als Vlaamse kmo correct, efficiënt en succesvol? En hoe countert u uitdagingen als retourzendingen en die specifieke logistieke procedures? Met dit draaiboek focussen we op **hoe u uw e-commercebusiness opzet, en meer bepaald vanuit Vlaanderen naar het VK**. Stap voor stap bespreken we concreet en praktisch de voorbereidingen, keuzes en uitdagingen die u zal tegenkomen.



Daarbij verwijzen we vaak naar digitale informatiebronnen en digitale tools die helpen om uw operationele processen in e-commerce te stroomlijnen. Dat herkent u aan dit icoon links.

## TIP!

Naast dit draaiboek hebben we ook nog een algemene brochure rond e-commerce.







**DEEL 1  
E-COMMERCE IN  
HET ALGEMEEN**



De weg van uw product in een opslaglocatie ergens in Vlaanderen tot bij de klant in het VK bestaat uit twee grote stromen:

.....●

**VOORWAARTSE STROOM  
DE VERZENDING  
NAAR HET VK**

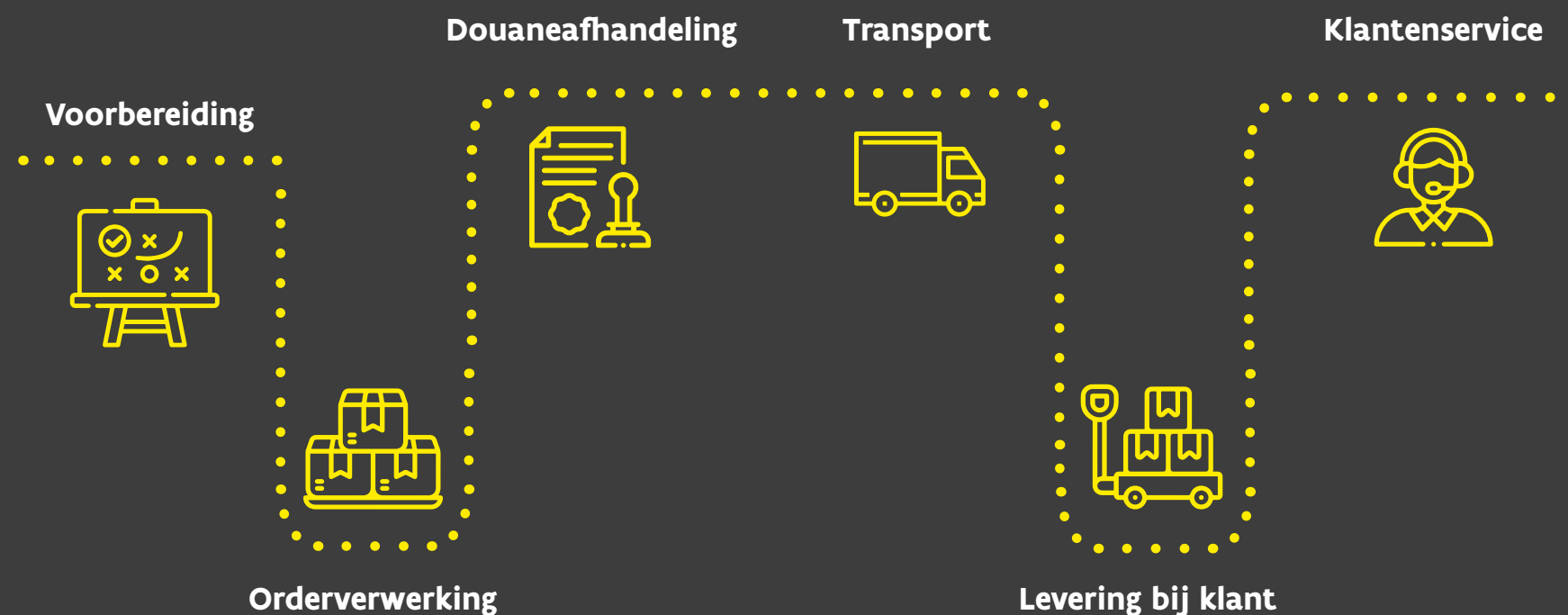
Eerst bespreken we de stappen, het nodige voorbereidingswerk en welke typische rollen er zijn in e-commerce. Die taken en rollen kan u grotendeels zelf opnemen. Toch raden we aan – en al zeker in het begin – om ervaren dienstverleners in te schakelen. Als logistieke draaischijf bij uitstek, telt Vlaanderen heel wat gespecialiseerde topspelers. Zij zorgen voor een oplossing op maat van uw bedrijf én u bent zeker dat alles correct verloopt. Toch is een basiskennis van alle taken en rollen nodig, zodat u kan evalueren en uw doelstellingen realiseren.

.....●

**RETOURSTROOM  
EVENTUELE  
RETOURZENDING  
VANUIT HET VK**



# VERZENDING NAAR HET VK (VOORWAARTSE STROOM): 7 FASES



Orderverwerking en transport zijn cruciale stappen voor leveranciers, omdat ze direct invloed hebben op de klanttevredenheid. Bereikt een product de klant te laat of in slechte staat, dan kan dat leiden tot klantontevredenheid en zelfs klantenverlies.

## B2B VS. B2C: OOK BIJ E-COMMERCE VAN TEL!

In e-commerce verschilt het of u rechtstreeks verzendt naar de eindconsument (b2c) of naar een ander bedrijf (b2b). Zo zijn bij b2b-transacties doorgaans grotere orderwaarden en complexere aankoopprocessen betrokken. Die verschillen hebben impact op onder meer douanerechten, importbelastingen, vereiste exportdocumentatie en de keuze van Incoterms®.



## FASE 1 VOORBEREIDING

Logistieke processen die helemaal in orde zijn, dat is een basisvereiste in e-commerce. Welke documenten heeft u nodig? Welke Incoterm<sup>®</sup> past het best? Welke transportmodus en bijbehorende transporteur kiest u? Hoe beheert u uw goederen in het magazijn? Enzovoort. Om het volledige export-importproces in goede banen te leiden, kan u een **expediteur** inschakelen. Die zal ook al heel wat logistieke taken op zich nemen. Op Forward Belgium vindt u een lijst met Belgische expediteurs.



### Bepaal onder welke Incoterm<sup>®</sup> u verzendt

Incoterms<sup>®</sup> zijn essentiële instrumenten voor internationale handel, omdat ze de verplichtingen van zowel kopers als verkopers vaststellen voor verzendkosten, verzekeringen, douaneprocedures, en de overdracht van risico's en kosten. In totaal zijn er 11 Incoterms<sup>®</sup>, elk met unieke voorwaarden. Sommige verdelen de verplichtingen en risico's tussen beide partijen, terwijl andere ze volledig toewijzen aan de koper of verkoper.

#### DDP (Delivered Duty Paid):

voor een aangename koperservaring en een vlot verzendingsproces, eenvoudig en klantvriendelijk.

Onder DDP neemt u als verzender de verzendkosten, eventuele verzekering en exportdocumentatie voor uw rekening, maar ook de formaliteiten rond de inklaring in het VK. Die inklaring omvat onder meer het betalen van eventuele invoerrechten en btw of andere belastingen die bij aankomst van de goederen worden geheven. Zo wordt uw klant volledig ontzorgd, zonder financiële verrassingen.

#### : DAP (Delivered at Place):

- als u de kosten en het risico van invoerformaliteiten voor uzelf wil beperken.
- 
- Onder DAP draagt u als verzender de verantwoordelijkheid voor de verzendkosten, eventuele verzekering en exportdocumentatie. Uw klant is verantwoordelijk voor het inklaren van de goederen in het VK. Via goede afspraken met uw logistieke partner kan u als verkoper een faciliterende rol spelen voor de koper in het inklaringsproces.
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

INCOTERM®	VERANTWOORDELIJKHEDEN VAN DE VERKOPER	INVOERRECHTEN EN BTW	IN DE PRAKTIJK	AANBEVELINGEN VOOR HET AFREKENPROCES
<b>DDP (Delivered Duty Paid)</b>	De verkoper is verantwoordelijk voor alle kosten en risico's vanaf het verlaten van de fabriek tot levering op de plaats van bestemming.	<b>Verkoper</b> is verantwoordelijk voor het betalen van eventuele invoerrechten en andere belastingen.	Als een klant een bestelling plaatst, betaalt die de volledige prijs van de goederen, inclusief VK-btw en invoerrechten.	Geef een gedetailleerde samenvatting van de kosten die de koper betaalt. Informeer de koper dat alle kosten, inclusief invoerrechten en belastingen, zijn inbegrepen in de prijs.
<b>DAP (Delivered at Place)</b>	De verkoper is verantwoordelijk voor alle kosten en risico's vanaf het verlaten van de fabriek tot levering op de plaats van bestemming, maar niet voor invoerrechten en andere belastingen.	<b>Koper</b> is verantwoordelijk voor het betalen van eventuele invoerrechten en andere belastingen.	Als een klant een bestelling plaatst, betaalt die de prijs van de goederen, <b>exclusief</b> VK-btw en invoerrechten. De klant betaalt dit pas bij aankomst van de zending in het VK. Gebeurt vaak via tussenkomst van de verkoper en zijn logistieke partner.	Geef een schatting van de kosten die de koper betaalt bovenop het aankoopbedrag.

### Maak alle nodige documenten in orde

Zorg ervoor dat alle documenten voor de transactie (bv. factuur, uitvoeraangifte, paklijst, transportdocumenten, btw-administratie, eventuele vereiste certificaten en vergunningen ) volledig in orde zijn. Zo voorkomt u serieuze problemen en vertragingen.

In ons draaiboek '[Digitaliseer uw export naar het VK](#)' bespreken we deze documenten uitgebreider.







## FASE 2 ORDERVERWERKING

STAP 1 <b>BESTELLING ONTVANGEN</b> 	STAP 2 <b>VOORRAAD VERZAMELEN</b> 	STAP 3 <b>ARTIKELEN SORTEREN</b> 	STAP 4 <b>INPAKKEN</b> 	STAP 4 <b>VERZENDING</b> 
<p>Als een klant bestelt op het online platform waarop u uw goederen aanbiedt, worden de bestelgegevens naar uw orderbeheersysteem (OMS) verzonden. Het OMS verwerkt die gegevens en bepaalt het magazijn waar de bestelling moet worden verwerkt. Dat is gebaseerd op het afleveradres en de beschikbaarheid van de artikelen.</p>	<p>In het magazijn verzamelt een orderpicker of magazijnmedewerker de gekochte artikelen. Er zijn verschillende manieren om de voorraad te verzamelen, zoals stuk-, zone- of batch picking, naargelang uw bedrijfsgrootte en hoeveel orders u verwerkt.</p>	<p>De gepicke artikelen worden gesorteerd op bestemming, zodat alle bestelde artikelen zijn gebundeld.</p>	<p>De artikelen worden vervolgens veilig voor transport verpakt.</p>	<p>De bestelling wordt verzonden naar het VK, dat kan rechtstreeks of samen met andere bestellingen.</p> <p><u>Consolidatie kan kosten besparen, maar ook de levertijd verlengen.</u></p>



### FASE 3 DOUANEAFHANDELING

Hier gaan we ervan uit dat u levert volgens de Incoterms® DAP of DDP, waarbij u als verkoper verantwoordelijk bent voor het regelen van de exportdocumentatie. U heeft dan de volgende documenten nodig voor een verzending per post:

- **Document CN 22** (pakketzendingen tot 2 kg met waarde tot € 425) of **CN 23** (pakketzendingen tot 20 kg met waarde vanaf € 425). Vul alle verplichte velden in: afzender, geadresseerde, HS-code, land van oorsprong, details van de goederen (beschrijving, aantal, gewicht, waarde of inhoud) enzovoort. Hier vindt u een voorbeeld van dit document. U kan de HS-code het best opvragen bij uw leverancier (als u de goederen niet zelf produceert) of rechtstreeks raadplegen in de EU nomenclatuur via TARBEL.
- **(Pro-forma)factuur.** Dit document bevat informatie over de verkochte goederen, zoals de omschrijving, hoeveelheid en waarde.
- **Uitvoeraangifte.** Ook dit document bevat informatie over de goederen en waarde van de zending. U kan een vereenvoudigde uitvoeraangifte indienen via het BE-GATE-douaneportaal voor zendingen van minder dan € 1000 en lichter dan 1000 kg. Anders moet nog een aanvullende, reguliere uitvoeraangifte worden ingestuurd in PLDA. In beide gevallen kan dat via een douanevertegenwoordiger.

Meer informatie over de benodigde douanedocumenten voor internationale zendingen vindt u via de infofiche 'benodigde douanedocumenten' van bpost. Bovendien kan u met uw vragen over douaneafhandeling ook terecht bij tal van digitale dienstverleners of sectorfederaties. We lijsten ze op in **Bijlage I.**

### TIPS

- Controleer altijd de actuele douaneregels voor het VK. Het VK zette de modernisering van zijn grenscontroles uiteen in het Border Target Operating Model (BTOM), dat gradueel in werking treedt met 31 oktober 2024 als voorziene einddatum.
- Samenwerken met een douaneagent biedt vele voordelen. Deze partij helpt u bij het indienen van de douaneaangifte (zowel EU-export als VK-import) en het betalen van eventuele douanerechten en accijnzen).





## FASE 4 TRANSPORT

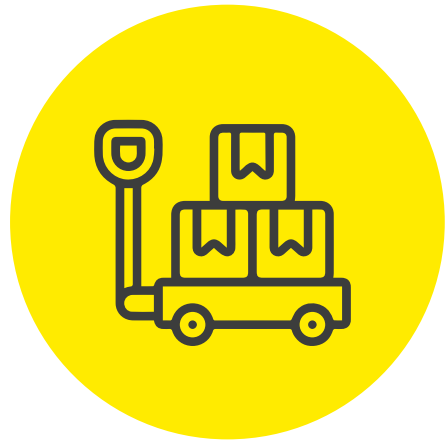
Bent u als verzender verantwoordelijk voor het transport – zoals bij de Incoterms® DAP en DDP en zeer gebruikelijk bij e-commerce – dan moet u de transportmodaliteiten vastleggen om uw goederen in het VK te krijgen. U kiest uit verschillende transportmogelijkheden, waaronder lucht-, zee-, weg- en treinvervoer, op basis van factoren zoals duurzaamheid, prijs en snelheid van levering. Tussen Vlaanderen en het VK wordt vaak wegvervoer gekozen. U heeft keuze uit verschillende koerierdiensten.

Of u nu online of telefonisch uw transport reserveert, zorg ervoor dat u alle relevante details zoals ophaal- en afleverlocaties en bijbehorende tijdstippen, **duidelijk communiceert**. Daarnaast moet u ook **alle juiste documenten correct en tijdig verzamelen en verstrekken**:

- een vrachtbrief met alle details van de goederen en het transport
- een factuur met alle financiële aspecten
- eventueel ook een verzekeringspolis om de goederen tijdens het transport te dekken

### TIP

Werk voor de transportfase samen met een expediteur gespecialiseerd in e-commerce. De expediteur kan u helpen bij de selectie, reservering en documentatie van het meest geschikte transport.



## FASE 5 LEVERING BIJ KLANT

Veel factoren bepalen de weg die uw goederen afleggen: de omvang en complexiteit van de goederenstroom, de leveringslocatie, en de voorkeuren van leverancier en klant.

Bij de uitvoer van een e-commercezending heeft u een **online verkoopstroom** en een **fysieke goederenstroom**.

#### VERKOOPSTROOM



##### MARKTPLAATS

uw eigen website of de online marktplaats van een derde (bv. Amazon, Zalando)



DE KLANT

#### FYSIEKE STROOM



##### MAGAZIJN, VERKOPER OF E-FULFILMENT CENTER



DISTRIBUTIE-CENTRUM BELGIË



DIENSTEN-CENTRUM VK



DE KLANT

Soms worden goederen rechtstreeks naar de klant verzonden, soms passeren ze een of meerdere distributiecentra. We zetten de 4 opties op een rij! ➤



## LEVERINGSOPTIE 1 RECHTSTREEKS AAN DE KLANT

De goederen worden vanuit uw magazijn of een e-fulfilment center van een logistieke dienstverlener overgedragen aan een koerier- of andere expres-transportdienst. Die zal dan de bestelling rechtstreeks leveren aan de klant in het VK. Deze aanpak is geschikt voor bepaalde goederen en klantspecifieke vereisten.

### Wie kiest het best voor deze aanpak?

Deze aanpak is aangewezen als u juwelen of kunst verkoopt, bijvoorbeeld, of andere **waardevolle of fragiele producten**. Dankzij de directe verzending vermindert u het risico op schade of verlies. Ook voor **dringende** goederen, zoals wisselstukken voor een machine, wordt hiervoor gekozen, ondanks de hogere kosten.

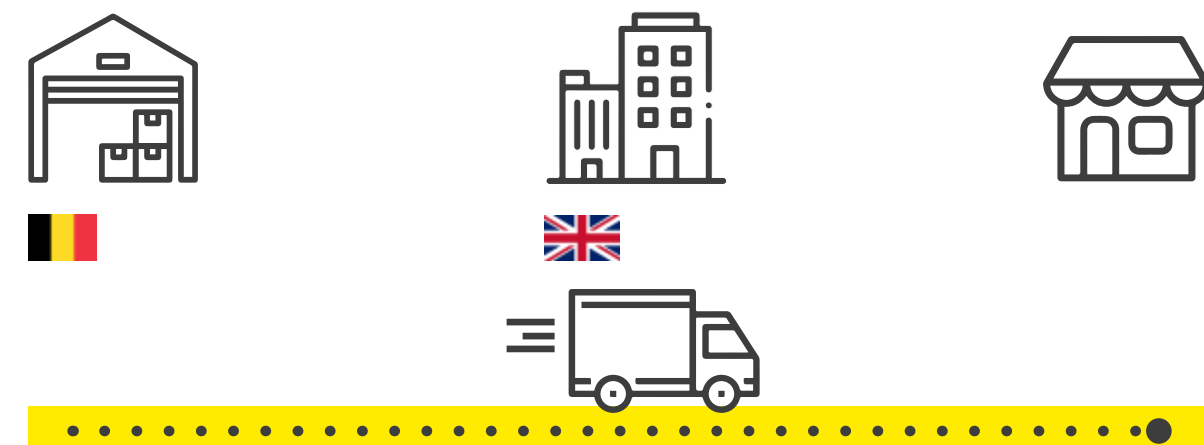


## LEVERINGSOPTIE 2 EEN TUSSENSTOP IN EEN DISTRIBUTIECENTRUM IN HET VK

Uw goederen worden vanuit uw magazijn of vanuit een e-fulfilment center in de EU naar een distributiecentrum in het VK verzonden. Daar worden ze gesorteerd volgens bestemming en afgeleverd aan de individuele klanten.

### Wie kiest het best voor deze aanpak?

Zeker voor **grote of complexe goederenstromen** kan een distributiecentrum in het VK een nodige stap zijn, bijvoorbeeld als er veel verschillende Britse afleveringsadressen in het spel zijn of als de goederen naar afgelegen gebieden worden verzonden. Stel dat u meubels verkoopt aan klanten in Schotland en Wales. Dan is het efficiënter om de meubels rechtstreeks naar een distributiecentrum in het VK te verzenden dat is uitgerust met de juiste apparatuur en expertise om de meubels veilig en doeltreffend te behandelen. Vervolgens worden de goederen gegroepeerd met producten van andere verkopers en samen naar de eindbestemming verstuurd.

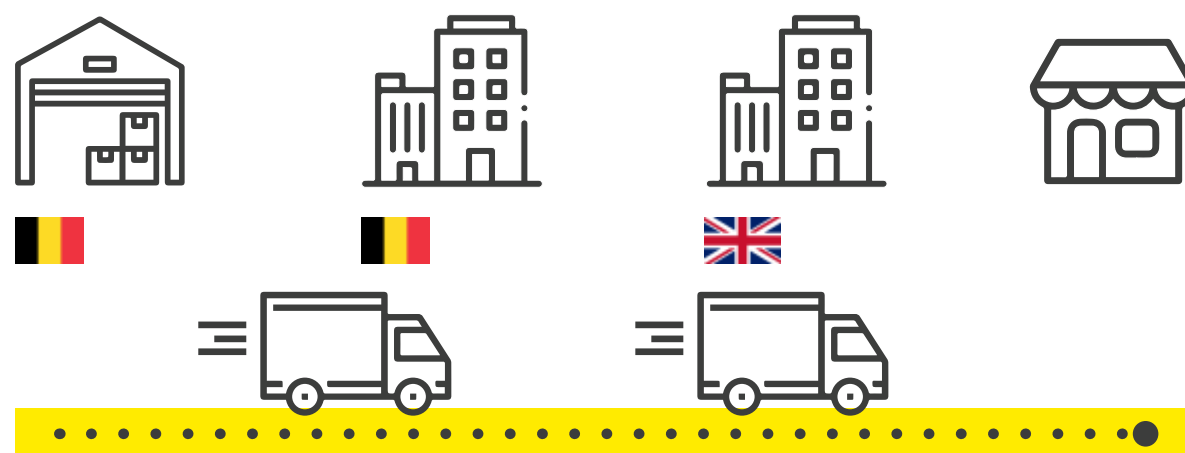


### LEVERINGSOPTIE 3 TUSSENSTOPS IN DISTRIBUTIECENTRA IN BELGIË EN HET VK

Hier zijn er twee tussenstappen alvorens de goederen de eindklant bereiken. Voor ze de grens oversteken, worden ze eerst zorgvuldig gesorteerd en gegroepeerd in een centraal transportpunt in België. Van daaruit worden ze naar een distributiecentrum in het VK verstuurd.

#### Wie kiest het best voor deze aanpak?

Deze aanpak is raadzaam als u **veel kleinere goederen** wil verzenden voor **levering in uiteenlopende regio's** in het VK. In zo'n geval heeft het immers zin om de goederen eerst samen te voegen in één zending en nadien te hergroeperen volgens bestemming. Een Vlaams electronicabedrijf, bijvoorbeeld, met magazijnen in Brussel, Antwerpen en Gent, kan de elektronica vanuit deze drie magazijnen naar een centraal transportpunt in België sturen. Vanaf dit centrale punt gaan de goederen naar een lokaal distributiecentrum in het VK. Daar worden de goederen gesorteerd volgens bestemming en afgeleverd aan de individuele klanten.

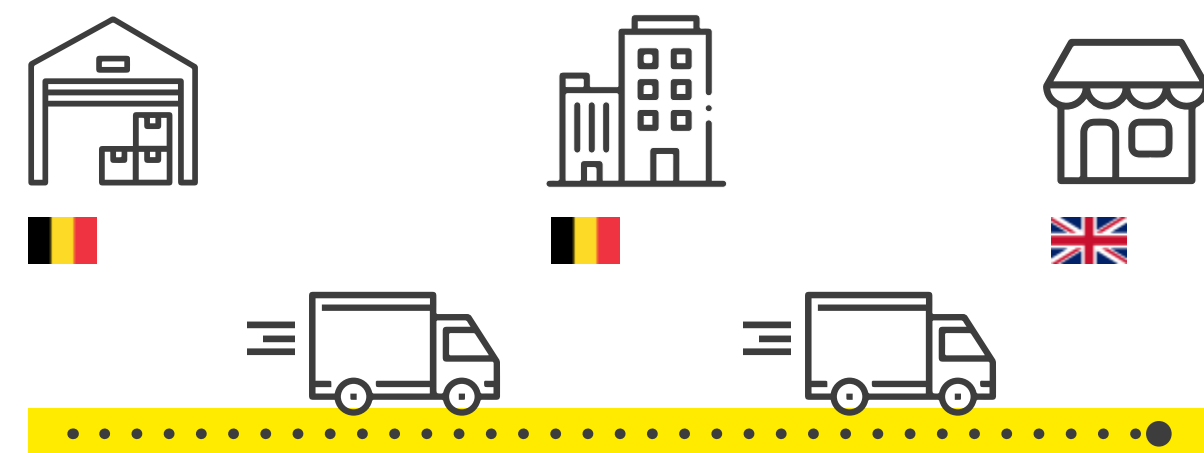


### LEVERINGSOPTIE 4 EEN TUSSENSTOP IN DISTRIBUTIECENTRUM IN BELGIË

Hier worden de goederen vanuit uw magazijn, of vanuit een e-fulfilment centrum in de EU, naar een centraal transportpunt in België verzonden. Daar worden ze gesorteerd en gebundeld en vervolgens één voor één bij de verschillende klanten in het VK afgeleverd. Zoals bij de vroegere melkronde.

#### Wie kiest het best voor deze aanpak?

Bij **specifieke leveringseisen** – zoals levering binnen de 24 uur – kan een voedingsbedrijf, bijvoorbeeld, ervoor kiezen om de producten van deze klanten te bundelen en naar een centraal distributiecentrum in België te verzenden. Van daaruit kunnen ze dan met precisie en efficiëntie worden gedistribueerd naar de verschillende leveradressen in het VK.







## FASE 6 KLANTENSERVICE

In dit draaiboek gaan we niet in op hoe u een klantenservice opzet. Wel delen we enkele best practices en digitale hulpmiddelen die u op weg kunnen helpen.

### MUST-HAVE'S VOOR EEN OPTIMALE KLANTENSERVICE:

#### SNELLE REACTIES ✓

Klanten verwachten snelle antwoorden, dus streef ernaar om meteen te reageren. Zeker als ze u via livechat of sociale media contacteren.

#### MEERDERE ONDER- STEUNINGSKANALEN ✓

Bied klanten contactmogelijkheden via minstens livechat, sociale media, e-mail en telefonische support. Zodat ze kunnen kiezen wat voor hen het best past.

#### PROACTIEVE ONDERSTEUNING ✓

Anticipeer op veelgestelde klantvragen met heldere antwoorden op een FAQ-pagina op uw website. Daardoor kunnen klanten zelf oplossingen vinden.

#### SELFSERVICEOPTIES ✓

Bied ook selfservicetools aan, zoals chatbots of interactieve tutorials. Zo kunnen klanten eenvoudige problemen zelf oplossen zonder tussenkomst van een medewerker.

#### KLANTENSERVICE- TOOLS ✓

Gebruik ticketsystemen, CRM-software en andere tools om ondersteuningsprocessen te stroomlijnen en klantinteracties effectief te beheren.



## Een greep uit de beschikbare klantenservicetools:



SERVICE TOOL	KENMERKEN	PRIJS
<u>HubSpot</u>	Shopify-integratie, gratis tools voor livechat en chatbot	Vanaf € 441 per maand
<u>Kayako</u>	Facebook- en Twitter-tools, gedeelde inboxfunctie	Vanaf € 15 per maand
<u>ClickDesk</u>	Videochattool	Vanaf € 15 per maand
<u>Acquire</u>	Chatbot die klantvragen kan beantwoorden via machine learning, importeren van FAQ en kennisbankdocumenten in de bot	Vanaf € 500 per maand

# TERUGZENDING VANUIT HET VK (RETOURSTROOM)

Bij e-commerce in het VK hebben b2c-klienten het recht om hun aankopen binnen de 14 dagen na ontvangst en tegen volledige terugbetaling te retourneren. **Bereid u hier dus goed op voor**, want dit heeft een grote impact op uw bedrijfsvoering. Consumenten verwachten immers dat ze op een klantvriendelijke manier, gratis of toch tenminste erg goedkoop, hun aankopen kunnen terugsturen.

Hoewel deze verplichting wellicht voelt als een dure last, is het ook een kans om u te profileren op de markt en zo uw verkoop te stimuleren. Geloof erin dat uw product de klant zal overtuigen. Zorg er daarom voor dat uw klanten via het gebruikte e-commerceplatform producten vlot kunnen terugzenden op verschillende manieren. Meestal zal u een beroep moeten doen op een koeriersdienst en diens systemen met het platform integreren om een vlotte informatiestroom te garanderen.

Kiest u er vervolgens voor om uw producten terug in de EU te importeren, dan zal u opnieuw de gepaste douaneprocedures moeten doorlopen. En bijbehorende EU-douanerechten betalen. Maar dan zijn vaak al douanerechten, btw en eventueel accijnzen betaald in het VK. In het VK zou u het betaalde bedrag aan bijvoorbeeld accijnzen kunnen terugvorderen van de Britse schatkist. Al is dat niet altijd mogelijk en vaak is het sop de kool niet waard. Bij terugkeer naar de EU kan u via het regime van de terugkerende goederen een nieuwe betaling van invoerrechten vermijden, maar daar komen ook bijzondere formaliteiten bij kijken.

In beide gevallen moet u aantonen dat het over dezelfde goederen gaat als in de voorwaartse stroom en dat ze effectief werden geïmporteerd in het VK of geëxporteerd uit de EU. Ook hier kan u steunen op de diensten van een douaneagent om deze procedures in uw naam in goede banen te leiden. Kostenefficiëntere manieren zijn de retourgoederen in het VK te verzamelen om ze gegroepeerd terug te sturen, of zelfs om ze via alternatieve kanalen in het VK zelf aan de man te brengen.

Verderop in dit draaiboek bespreken we uitgebreid de retourstroom.



# ALLE PARTIJEN IN HET E-COMMERCEPROCES EN HUN TAKEN

We schetsen kort welke rollen spelen in e-commerce en wat hun taken zijn. In de bijlages vindt u ook leverancierslijsten.

## KOPER – VERKOPER

De aanduiding koper/verkoper slaat enkel op de partijen die tot een overeenkomst zijn gekomen in een e-commerceverkoop. Het zegt niets over wie de verantwoordelijkheid draagt voor het transport, de levering van de goederen of het vervullen van de administratieve (douane)formaliteiten.

Bij een b2b-verkoop onderhandelen koper en verkoper wie welke verantwoordelijkheden op zich neemt, wat vervolgens met de juiste Incoterm<sup>®</sup> wordt vastgelegd. Maar als verkoper bij een b2c-verkoop beslist u met de Incoterm<sup>®</sup> of uw particuliere klanten de invoerrechten en – in principe – invoerformaliteiten moeten betalen; of dat ù daarvoor instaat. Het spreekt voor zich dat u uw klanten op uw website informeert over extra verplichtingen en kosten zodat ze niet voor verrassingen komen te staan. Voor particulieren is DDP vaak de meest transparante en klantvriendelijke oplossing.

## EXPORTEUR – IMPORTEUR

De exporteur neemt de administratieve en logistieke aspecten van het uitvoerproces voor zijn rekening, de importeur langs importzijde. Soms is de exporteur de verkoper, en de importeur de koper – in de praktijk al dan niet opgenomen door de pakket-, post-, of andere logistieke dienst in kwestie. Ook kan u, als gunst naar uw klant of binnen uw commerciële strategie, de producten tot aan zijn of haar deur leveren en alle bijbehorende formaliteiten op u nemen. Dan bent u als verkoper zowel de exporteur als de importeur.

Meestal wordt de uitvoering van deze verantwoordelijkheden uitbesteed aan een externe onderneming. Dankzij hun specialisatie creëren ze een welbepaalde waarde binnen de logistieke keten. Sommige richten zich op een specifiek aspect, andere bieden een geïntegreerd dienstenpakket.

Hierna lichten we nog enkele functies toe. Meer details en specifieke voorbeelden vindt u in externe bronnen zoals e-douane.



## (E-)FULFILMENT CENTER OPERATOR

Een (e-)fulfilment center beheert de end-to-end-logistiek voor e-commercebedrijven: van goederenontvangst tot levering aan de klant. Dit model wordt vaak gebruikt in combinatie met webshops, daarom ook wel e-fulfilment-logistiek of webshoplogistiek genoemd.



Het center functioneert als opslagfaciliteit waar producten worden ontvangen, georganiseerd en opgeslagen. Geavanceerde systemen voor voorraadbeheer (Warehouse Management Systems of WMS) houden de beschikbare hoeveelheden bij. Zodra een klant een bestelling plaatst via een online platform, begint het (e-)fulfilment center met de verwerking van dat order. Medewerkers verzamelen de bestelde producten in het magazijn ('picken') en controleren de kwaliteit en kwantiteit.

Het (e-)fulfilment center is verantwoordelijk voor het verpakken van de producten volgens uw specificaties: uw verpakkingsmaterialen en de toevoeging van eventuele documentatie. Nadat het order is verpakt, zorgt het center ook voor het labelen van pakketten en de voorbereiding van de verzending. Denk aan taken zoals het selecteren van de meest geschikte vervoerder en het genereren van trackinginformatie. In geval van retourzendingen beheert het (e-)fulfilment center eveneens het proces van ontvangen, inspecteren en waar mogelijk weer opnemen van de teruggezonden producten in de voorraad.

Al die verantwoordelijkheden tonen dat (e-)fulfilment centra meer zijn dan louter een magazijn, wat alleen een opslagfaciliteit is waar goederen worden bewaard voordat ze worden verdeeld.

### Tip!

Alle grote (e-)fulfilment centra in België en het VK vindt u met wat uitleg in **Bijlage G**.



## EXPEDITEUR (FREIGHT FORWARDER)

Deze spin in het web van de internationale handel is **verantwoordelijk voor de logistieke afhandeling**. De tijds- en kostenefficiënte organisatie van het transport van de goederen, de goederenopslag, de afhandeling van administratieve (douane)formaliteiten, de boeking van goederen bij de rederij, de coördinatie tussen betrokken partijen ... Het hele traject is hij/zij verantwoordelijk voor de vlotte doorstroom van de goederen. De expediteur is contactpersoon voor andere actoren zoals de douaneagent, transporteur en de terminal operator.





## DOUANEAGENT

De douaneagent, douanevertegenwoordiger of broker houdt zich bezig met de **administratieve afhandeling** van de zending. Kort samengevat: informatie verzamelen voor douanetechnische en fiscale aangiften en de douaneaangiften correct opstellen, indienen en opvolgen. Omdat deze taken zowel langs export- als importzijde nodig zijn, kunnen twee verschillende douaneagenten betrokken zijn.

In de praktijk zal de douaneagent vaak een afdeling vormen (of onderaannemer zijn) van het ingehuurde expeditie- of transportbedrijf. Zo vereenvoudigen ze de communicatielijn en verhogen ze de kans op een vlotte doorloop binnen de logistieke keten.

**Schakelt u een douaneagent in?** Maak de juiste keuze tussen:

- **directe vertegenwoordiging** – een douaneagent voert wel de formaliteiten uit, maar doet dat volledig onder uw verantwoordelijkheid en risico.
- **indirecte vertegenwoordiging** – zowel u als uw douaneagent zijn aansprakelijk ten opzichte van de douane. Denk aan een boete voor foutieve info of aan het onderbetalen van invoerrechten.

### Tip!

U vindt een overzicht van douaneagenten in e-commerce in **Bijlage D**.

## TRANSPORTEUR/ KOERIERDIENSTEN

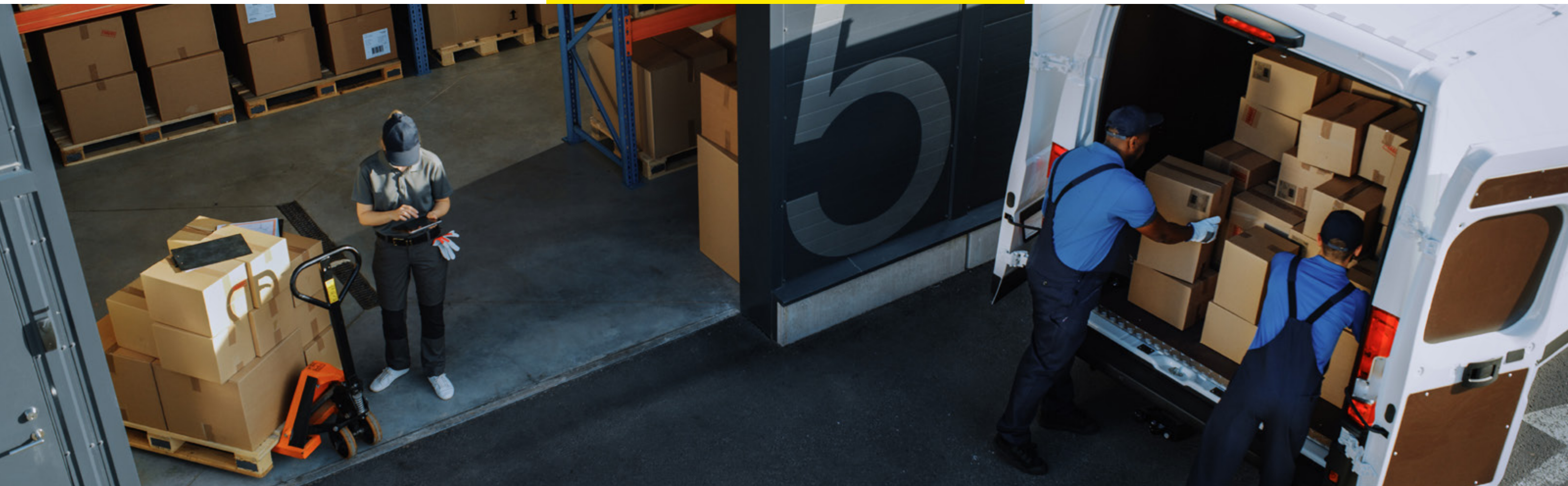
De transporteur of koerierdienst is de persoon of onderneming die verantwoordelijk is voor het vervoer van de goederen. Meest courante vormen zijn over zee en op de weg. Andere opties gaan via het spoor, de binnenwateren of het luchtruim. Soms nemen de transporteurs of koerierdiensten één stap in handen (bv. het transport van de goederen uit een Brits depot naar eindklanten in het VK), soms hebben ze de hele keten in handen (volledig geïntegreerd).

### Tip!

Check de lijst met koerierdiensten die zich specialiseren in e-commerceverzendingen in zowel het VK als België in [Bijlage E](#).

## TERMINAL OPERATOR

Een terminal operator baat een terminal uit in een (lucht)haven of ander logistiek knooppunt, waar de goederen van de ene naar de andere transportmodus worden overgebracht, eventueel na groupage, deconsolidatie of hergroupage. Dit kan zowel langs uitvoer- als invoerzijde zijn. Deze partij staat in voor het laden en lossen van de vracht op het grensoverschrijdende vervoermiddel, en voor de tijdelijke opslag van de vracht op de terminal.



# WETGEVEND KADER VOOR E-COMMERCE

Met welke wetgeving moet u rekening houden in dit internationale handelsproces?

## WERELDWIJDE WETGEVING ROND E-COMMERCE



### WTO e-commerce moratorium

Vrijwillige overeenkomst tussen de leden van de Wereldhandelsorganisatie (WTO) om **geen douanerechten of andere invoerheffingen** te heffen op **'elektronische transmissies'**:

- digitaal geleverde goederen (software, muziek, films, e-books ...)
- digitaal geleverde diensten (online banking, e-learning, cloud computing ...)



## EU-WETGEVING ROND E-COMMERCE

<p><b><u>E-commerce Richtlijn</u></b> <b><u>(2000/31/EG)</u></b></p>	<p>Belangrijke aspecten in dit gemeenschappelijk juridisch kader voor e-commercediensten binnen de EU:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vrijheid van dienstverlening</li> <li>• consumentenbescherming</li> <li>• digitale handelsovereenkomsten</li> </ul>
<p><b><u>Geoblocking Verordening</u></b> <b><u>(EU) 2018/302</u></b></p>	<p>Wetgevingsinstrument om discriminatie o.b.v. nationaliteit, woonplaats of plaats van vestiging te verminderen bij online winkelen en verschaffing van elektronische diensten binnen de interne markt van de EU.</p> <p>Belangrijke aspecten zijn onder meer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• niet-discriminatie</li> <li>• toegang tot websites en apps</li> <li>• gelijke toegang tot goederen en diensten</li> </ul>
<p><b><u>De Richtlijn</u></b> <b><u>Consumentenrechten</u></b> <b><u>(2011/83/EU)</u></b></p>	<p>Deze EU-richtlijn beoogt de harmonisatie en versterking van consumentenrechten in het kader van overeenkomsten op afstand en buiten verkooppunten gesloten overeenkomsten.</p> <p>Belangrijke bepalingen omvatten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstrekking van informatie aan consumenten</li> <li>• herroepingsrecht (<u>bedenktijd</u>)</li> <li>• leveringstermijn</li> <li>• verbod op vooraf aangevinkte vakjes</li> </ul>

## VK-WETGEVING ROND E-COMMERCE

	<b><u>Consumer Rights (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013</u></b>	Deze Britse wetgevende initiatieven regelen de consumentenrechten bij de aankoop van goederen en diensten, zowel on- als offline. Gebaseerd op de e-commerce Richtlijn (2000/31/EG), maar ze bevatten ook wijzigingen die specifiek voor het VK gelden.
	<b><u>Consumer Contracts Regulations 2013</u></b>	Regelgeving voor consumentenrechten bij online aankopen en overeenkomsten die buiten de verkoopprijs zijn gesloten – met informatievereisten voor verkopers en het herroepingsrecht van consumenten.
	<b><u>Consumer Rights Act 2015</u></b>	De Consumer Rights Act 2015 consolideert de rechten van consumenten in het VK en behandelt aspecten van consumententransacties, waaronder de verkoop van goederen en diensten. Regelt ook de levering van digitale inhoud.
	<b><u>Data Protection Act 2018</u></b>	VK-kader voor de gegevensbescherming, regelt de verwerking van persoonsgegevens. Is gebaseerd op de Algemene Verordening Gegevensbescherming zoals die in de EU van toepassing is.

## BTW BIJ E-COMMERCE

Bij de volledige btw-afhandeling tellen de Belgische én Britse btw.

### Aan de uitvoerzijde van België naar het VK

U moet in principe geen Belgische btw aanrekenen op uw goederen. Daarvoor moet u wel bewijzen dat uw goederen het EU-grondgebied hebben verlaten. Met het **exemplaar 3 van de aangifte ten uitvoer** (kopie van uw douaneaangifte na bevestiging dat uw goederen het grondgebied hebben verlaten) dat u krijgt van uw expediteur of douaneagent, kan dat. Zorg ervoor dat u met **uw btw-nummer vermeld staat op de uitvoeraangifte** om de vrijstelling te genieten. U of uw expediteur/douaneagent vermeldt dit in **vak 44** van de uitvoeraangifte. Wordt geen of een alternatieve uitvoeraangifte opgemaakt – bij zendingen met geringe waarde – dan moet u een alternatief bewijs voorzien.

- **Aan de invoerzijde in het VK**
- Als Vlaamse verkoper via een online platform in het VK neemt u hier doorgaans ook de formaliteiten en lasten voor uw rekening (bv. bij DDP-leveringen). Verkoopt u via uw eigen e-commerce-platform, dan bent u altijd verantwoordelijk voor de btw-afhandeling bij de verkoop aan particulieren (b2c). Bij een b2b-transactie kunnen u en uw klant onderling overeenkomen wie de verantwoordelijkheid draagt. Bij zendingen met een waarde van £ 135 of lager moet uw b2b-klant de btw afhandelen als hij zijn btw-nummer doorgeeft. Daarnaast moet u op de factuur duidelijk maken dat de klant verantwoordelijk is voor de btw-afhandeling met een reverse charge. Noteer bijvoorbeeld 'reverse charge: customer to account for VAT to HMRC'.

## OPGELET: WAARDE VAN DE ZENDING

Met de waarde van de zending bedoelt de Britse fiscus de waarde van het totale pakket, niet de waarde van de individuele items in het pakket.

Bovendien is de waarde bepaald volgens deze formule:

**waarde = verkoopprijs – transport- en verzekeringskosten – btw en andere identificeerbare belastingen**

Opdat u de transport- en verzekeringskosten kan aftrekken van de verkoopprijs moet u die afzonderlijk vermelden op de factuur.

Bij verkoop aan particulieren zal u voor de meeste transacties naar het VK verantwoordelijk zijn voor de btw-afhandeling. In ieder geval moet u over een **Brits btw-nummer** beschikken, u registreert zich hiervoor op de [website van de HMRC](#).



## Wanneer betaalt u de btw?

In principe betaalt u de btw aan de douane **op het moment van invoer**, maar dat hangt af van de waarde van uw zending:

- Bij een zending met een waarde van **£ 135 of lager**: u betaalt geen btw bij invoer, maar op het moment van de verkoop via de normale btw-aangifte.
- Bij een zending met een waarde van **£ 135 of hoger**: u betaalt btw aan de grens voor elke aparte zending. Dan biedt het VK u de kans om uw invoer-btw te verleggen naar uw lokale btw-aangifte, zodat u deze op een later moment met andere Britse btw-schulden of -eisen kan verrekenen en vereffenen. Dit systeem heet **postponed VAT accounting**. U moet dus niet voor elke afzonderlijke invoerzending btw betalen, maar dient een periodieke – driemaandelijkse of jaarlijkse – btw-aangifte in. Meer info vindt u op de [website van de HMRC](#), waar u ook ontdekt hoe u [uw online account aanmaakt](#) en [effectief betaalt](#).





A group of diverse people in a meeting. A woman with dark hair is smiling and gesturing with her hands while speaking. A man with glasses and a beard is looking at her. Another woman with curly hair is looking on. They are gathered around a laptop. The background shows a window with a view of a city.

**DEEL 2  
E-COMMERCE  
NAAR HET VK:  
DE VOORBEREIDING**



**TIJD VOOR ACTIE!**

# **CREATIE VAN UW WEBSITE**



Voor e-commerce kan u verkopen via een eigen website of een beroep doen op een e-commerceplatform van een derde partij. De eerste optie is soms een flinke investering, alhoewel er tegenwoordig een waaier aan mogelijkheden bestaat. U kiest wat het beste bij u en uw bedrijf past. Bovendien zijn er ook vele hulpmiddelen die het u makkelijker maken om uw eigen e-commerceplatform op te zetten.

## **SOORTEN E-COMMERCE SOFTWARE**

Met deze drie soorten platformen kan u een website bouwen:

- 1. Software as a Service (SaaS):** model waarbij softwaretoepassingen via het internet worden geleverd en toegankelijk zijn voor abonnees. Staat in de cloud, dus gebruikers hoeven de software niet lokaal te installeren.
- 2. Open-sourceplatform:** softwareplatform waarvan de broncode vrij beschikbaar is voor het publiek. Zo kunnen gebruikers de software aanpassen, verbeteren en delen. Wordt vaak ontwikkeld in samenwerking met een community en biedt een mate van flexibiliteit en vrijheid.
- 3. Websitebouwer zonder code:** tool waarmee gebruikers websites kunnen maken zonder diepgaande kennis van codering. Deze platformen bieden meestal een visuele interface en slepen-en-neerzettenfunctionaliteit. Handig voor wie geen IT-technische achtergrond heeft en toch zelf een website wil bouwen.

Deze keuze zal afhangen van verschillende factoren, zoals:

- het beschikbare budget
- de integratiemogelijkheden met sociale media en betalingsplatformen
- de gebruiksvriendelijkheid om (achteraf) aanpassingen te maken
- de omvang van uw aanbod

In **Bijlage A** vindt u een lijst met softwareproviders voor het bouwen van een website.

### **Tip!**

FIT levert hierover ook advies en onder bepaalde voorwaarden zelfs subsidies.

## DE CLOUD

De cloud speelt een belangrijke rol bij het beheer van uw website. Bij cloud computing worden servers, opslag, databases, netwerken en software via het internet geleverd. Ze zijn toegankelijk op aanvraag. De website wordt gehost op virtuele servers in de cloud, in de plaats van op fysieke servers op locatie. Een cloud-serviceprovider beheert de infrastructuur, wat schaalbaarheid, betrouwbaarheid en flexibiliteit bevordert.

Het grootste voordeel van het gebruik van een cloud is de **cloudopslag** of het bewaren van gegevens, zoals productafbeeldingen en klantinformatie. Dankzij die virtuele opslagruimtes in de cloud is toegang vanaf elke locatie met een internetverbinding mogelijk.

### Drie cloudgebaseerde opties

Het beschikbare budget, de aan- of afwezigheid van interne IT-medewerkers en de gewenste mate van controle over de verschillende aspecten van de cloud – en dus ook uw online aanwezigheid – zullen keuzebepalend zijn. We zetten drie opties op een rij.

## 1. INFRASTRUCTURE AS A SERVICE (IAAS)

Bedrijven hebben toegang tot virtuele infrastructuurbronnen op het internet. In plaats van fysieke hardware en infrastructuur op locatie te beheren, kunnen bedrijven via IaaS virtuele servers, opslag, netwerken en andere IT-infrastructuurcomponenten afnemen.

### VOORDELEN

- snel op- of afschalen op basis van behoeften
- grote flexibiliteit
- geavanceerde technologieën en infrastructuur zonder dat klanten die zelf moeten implementeren en beheren

### NADELEN

- bij externe infrastructuur minder controle over de beveiliging van gegevens
- afhankelijkheid van provider, waardoor veranderen moeilijker wordt





## **2. PLATFORM AS A SERVICE (PAAS)**

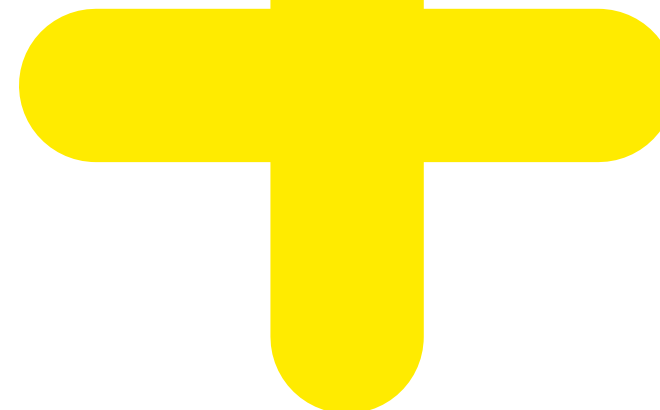
Raamwerk voor ontwikkelaars om op maat gemaakte applicaties te bouwen. Alle servers, opslag en netwerken kunnen worden beheerd door het bedrijf zelf of door een externe dienstverlener, terwijl ontwikkelaars zich kunnen concentreren op het beheer van hun applicaties.

### **VOORDELEN**

- geeft beheerders volledige controle over de platformsoftware en de daarop gebouwde applicaties
- allesomvattend raamwerk dat ondersteuning biedt in alle fasen van app-ontwikkeling (bv. ontwikkeling, testen en implementatie)
- zeer schaalbare oplossing

### **NADELEN**

- door abstracte infrastructuur hebben gebruikers beperkte controle over de onderliggende hardware en netwerk-elementen
- risico van 'vendor lock-in', waarbij naar een andere aanbieder overstappen tot gegevensverlies kan leiden



### **3. SOFTWARE AS A SERVICE (SAAS)**

Softwaretoepassingen worden via het internet geleverd en zijn toegankelijk voor abonnees. In plaats van de software lokaal te installeren en te onderhouden, gebruiken ze de SaaS-toepassingen via hun webbrowser. Start-ups of kleine bedrijven zien dit misschien als de best passende oplossing voor de lancering van hun webshop, want zo kan eenvoudig een e-commercewebsite gemaakt worden voor web en mobiele toegang.

#### **VOORDELEN**

- overal toegankelijk met een internetverbinding, waardoor gebruikers makkelijk werken vanaf verschillende locaties
- besparing van tijd, moeite en geld door de verminderde behoefte aan installaties, beheer en upgrades
- makkelijk op- of afgeschaald, dus meer flexibiliteit

#### **NADELEN**

- geen controle over de infrastructuur waarop u draait, wat problematisch is in het geval van een storing
- beveiligingsrisico's

## **BETALINGSPLATFORMEN**

Betalingsplatformen spelen een belangrijke rol in een succesvolle en aangename verkoop, ook in het VK, met voordelen als **competitieve wisselkoersen, relatief lage transactiekosten** en een **grote bekendheid en vertrouwdheid bij het brede publiek**.

Een Application Programming Interface (API) zorgt voor vlotte betalingen via een betalingsplatform. Concreet zorgt de API ervoor dat verschillende softwareprogramma's – hier uw webshop en de betalingsprovider – volgens bepaalde regels vlot gegevens uitwisselen. Een API kent uiteraard meer toepassingen, ook in de internationale handel, maar in dit geval zorgt de API voor de veilige verwerking en verificatie van de betalingsgegevens bij elke aankoop. Zo integreert u de API in het betalingsplatform op uw website.

U kan kiezen uit vele betalingsplatformen, maar belangrijk is dat ze grensoverschrijdende transacties tussen de EU en het VK én het Britse pond als betalingsmiddel ondersteunen. **Bijlage B** bevat een lijst met softwareproviders die betalingsplatformen aanbieden.

### **Tip!**

Ook al zijn betalingsplatformen snel en gebruiksvriendelijk, u kan daarnaast nog andere betalingsmogelijkheden aanbieden, zoals directe overschrijvingen via de bank van de klant naar uw rekening.

## **9 AANDACHTSPUNTEN BIJ HET BOUWEN VAN EEN WEBSITE**

Eerst en vooral is het belangrijk dat u **de consument voldoende informeert** en dat u die info overzichtelijk op uw webshop vermeldt. Vergeet deze **9 zaken niet**, waaronder ook enkele verplichtingen:

**PRIVACY POLICY**

**COOKIES**

**ALGEMENE  
VOORWAARDEN**

**KOSTEN EN VERANT-  
WOORDELIJKHEDEN**

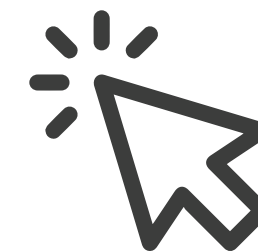
**DOMEINNAAM  
WEBSITE**

**BEVEILIGING  
WEBSITE**

**SOCIALE MEDIA**

**MOBIELE VERSIE  
WEBSITE**

**NIEUWSBRIEVEN  
VIA E-MAIL**





## PRIVACY POLICY

De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG, ook bekend als GDPR) verplicht tot het opmaken van een privacy policy. Het VK heeft vergelijkbare wetgeving rond de bescherming van persoonsgegevens: de Data Protection Act van 2018.

Elke keer als een consument persoonsgegevens achterlaat op uw website (bv. leveringsadres bij een aankoop, e-mailadres voor inschrijving op nieuwsbrieven), is het belangrijk dat deze data **transparant en verantwoord worden verwerkt en bewaard**.

Een privacy policy omvat:

- de identiteit van de verwerkingsverantwoordelijke
- de rechten van de consument
- de doeleinden van het verwerken van de consumentgegevens
- de juridische basis voor het verwerken van de gegevens van de consument

Het is verplicht om de privacy policy duidelijk op uw website te zetten, zodat de consument die altijd kan raadplegen.

Voor meer informatie over de AVG kan u, vanuit EU-perspectief, ook het document van de Commissie voor de Bescherming van de Persoonlijke Levenssfeer lezen.

## COOKIES

Wanneer u op een website komt, verschijnt er binnen de EU-context telkens een pop-up over het gebruik van cookies. Dit is **info verplicht aan de consument**. In de praktijk is er een onderscheid tussen:

- functionele (noodzakelijke) cookies: essentieel om alle functionaliteiten van uw website goed te laten werken
- niet-functionele (niet-noodzakelijke) cookies: volgt het gedrag van de consument in uw webshop

Als u enkel functionele cookies gebruikt, bent u niet verplicht om dat te vermelden op uw website. Gebruikt u beide soorten cookies, dan moet u dat (via pop-up) melden aan de consument via een beschrijving van cookies, een link naar uw privacy policy en een vermelding dat u zowel functionele als niet-functionele cookies gebruikt op uw webshop.

## **ALGEMENE VOORWAARDEN**

Dit is een verplichting: de algemene voorwaarden moeten de consument voldoende informeren over o.a. de verkoop en retour vooraleer ze iets kopen via uw webshop. Verderop bespreken we dit meer in detail. Om uw algemene voorwaarden op te stellen, zijn er modeldocumenten van aanbieders als **Becom**. Als lid van deze organisatie krijgt u een standaardversie van algemene voorwaarden in het Nederlands, Frans, Engels en Duits.

## **KOSTEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN**

De kosten en verantwoordelijkheden kunnen verschillen voor u en de klant, en dat bij de verkoop én retour van uw goederen. Daarom is het bij de verkoop essentieel dat u **duidelijke afspraken** maakt met uw partners over wie welke kosten en verantwoordelijkheden draagt binnen het verzendingsproces.

In principe staat de consument zelf in voor de retourkosten van het product, maar dat is commercieel gezien af te raden. Beter neemt u de verantwoordelijkheden en kosten van het hele retourproces zelf op.

Als u de retourkosten niet duidelijk en transparant heeft vermeld aan de consument op uw website, zal u waarschijnlijk zelf moeten opdraaien voor deze extra kosten. Vergeet deze informatieplicht dus niet!

## DOMEINNAAM WEBSITE

Vergeet niet tijdens het bouwen van uw website om uw webshop te registreren in het VK en zo de 'co.uk'-extensie te krijgen. Hierbij staat 'co' voor commercial en 'UK' voor United Kingdom. Dat boezemt vertrouwen in uw website in bij potentiële Britse klanten, omdat de meeste consumenten daar die extensie kennen.

Hoe u een extensie als '.be' of '.co.uk' aanvraagt? Kies uw domeinnaam en extensie (.be, .com, .co.uk enz.) en check of dit nog beschikbaar is via de WHOIS databank. Is dat zo, doe uw aanvraag via een registratieagent met deze info in het formulier:



- bedrijfsnaam
- telefoonnummer
- bedrijfsadres
- e-mailadres

## BEVEILIGING WEBSITE

Zorg ervoor dat uw website correct beveiligd is, zodat klanten er veilig op kunnen betalen. Bovendien moet u hen kunnen garanderen dat hun gegevens niet in foute handen terechtkomen. Zoiets kan leiden tot een vertrouwensbreuk tussen u en uw (potentiële) klanten.

Voor het gewenste niveau van beveiliging is er het **SSL-certificaat** of in een recentere versie het **TLS-certificaat**. Met de SSL/TLS-protocollen begint uw websitelink met https:// en staat er een hangsloticoon voor. Begint een websitelink met http://, dan is uw verbinding niet per se privé of beveiligd.

## SOCIALE MEDIA

Sociale media zijn alomtegenwoordig, zeker in e-commerce. Elk socialemediakanaal heeft zijn eigen doelpubliek en kenmerken. Neem de geschikte sociale media al mee van bij de start van uw website en verkoopstrategie, om zo een zo groot mogelijk publiek te bereiken.

**Ook essentieel:** zoek eerst uit wie uw doelpubliek is en welke strategie – voor zowel marketing als klantenservice – u het best hanteert vooraleer u socialemediaplatformen integreert in de bouw van uw website, en daar de nodige middelen aan besteedt.

In **Bijlage C** vindt u een lijst met veelgebruikte sociale media.





## **Sociale media als onderdeel van uw e-commercestراتيجية:**

### **Promotie en marketing**

Via promotie van uw producten op de juiste sociale media, verhoogt u de zichtbaarheid van uw merk, wat voor aanzienlijk meer websiteverkeer kan zorgen. Analytische data geven u daar inzicht over, gebruik die om uw marketingstrategie te verfijnen indien nodig.

Uw marketingstrategie zal grotendeels afhangen van het product dat u op de Britse markt lanceert, ook welke sociale media u hiervoor wil inzetten. Voor de meeste socialemediakanalen heeft u een businessaccount nodig. Voorzie ook voldoende tijd om een publiek op te bouwen.

Promoot bijvoorbeeld een product via het posten van een kortingslink of code bij een video op sociale media, waarmee prospects korting krijgen als ze iets kopen in uw webshop. Hou er rekening mee dat niet elk socialemediaplatform dezelfde functionaliteiten aanbiedt. Combineer daarom verschillende kanalen om zo de beste strategie uit te werken en de blootstelling aan uw product te maximaliseren.

Klein maar belangrijk detail: soms kan de 'content' in uw marketingcampagne op zichzelf inkomsten genereren door het aantal viewers en abonnees. Deze vorm van inkomsten verschilt sterk tussen de platforms onderling en hangt vooral af van de algoritmes van het gebruikte medium.

### **Klantenrelatie**

Via sociale media bouwt u een persoonlijkere relatie op met de klant. Velen gebruiken de platformen om hun mening, vragen en (al dan niet negatieve) ervaringen met bedrijven of producten kenbaar te maken. Door hier actief mee om te springen en met hen in dialoog te treden, kan u een groot verschil maken in het opbouwen van een vertrouwde reputatie. Of ga een stap verder en zet er proactief fora of polls op om te polsen naar wat (potentiële) klanten belangrijk vinden.



MarketPlace

#### **WEETJE**

Facebook laat als een van de enige platformen toe om producten rechtstreeks aan de klant te brengen via Facebook Marketplace.

## MOBIELE VERSIE VAN UW WEBSITE

Meer dan ooit winkelen mensen via hun tablet of smartphone. Zorg er daarom voor dat uw website ook daarop – al dan niet in de vorm van een app – gebruiksvriendelijk beschikbaar is. Dit zijn enkele veelvoorkomende uitdagingen als u een mobiele versie van uw webshop opzet:

- **Lay-out en inhoud:** kan verschillend zijn van de versie via lap- of desktop. De juiste balans tussen de hoeveelheid afbeeldingen en aangeboden functionaliteiten telt. Te veel functionaliteiten kunnen het geheel onoverzichtelijk en dus minder gebruiksvriendelijk maken. Maar bij te weinig functionaliteiten verliezen bezoekers misschien interesse of ze weten niet precies wat uw aanbod inhoudt. Alles zomaar weergeven in een kleiner formaat is niet de oplossing. Kennis van uw doelpubliek is wel essentieel om de juiste keuzes te maken.
- **Korte laadtijden:** een lange laadtijd doet kopers afhaken. Ook dit wordt niet zomaar opgelost door bepaalde functionaliteiten te ‘verbergen’ bij een kleiner formaat, ze blijven op de achtergrond draaien. Neem daarom het aspect laadtijd mee in het volledige ontwikkelingsproces.
- **Switchen tussen mobiele toestellen:** soms switchen mensen bijvoorbeeld tussen hun tablet en mobiele telefoon. Concreet is de mobiele versie van uw webshop zo opgebouwd dat de website (incl. lettergrootte, grootte van afbeeldingen etc.) wordt omgezet naar het correcte formaat, los van de schermgrootte van dat apparaat. De groottes van deze toestellen blijven veranderen, waardoor de standaardformaten niet zullen volstaan. Daarnaast navigeren bezoekers anders: swipen, tikken met vinger enzovoort – hou daar rekening mee.
- **User persona’s:** houd uw potentieel cliënteel voor ogen als u een app of mobiele versie van uw site ontwikkelt. Welke ervaringen willen zij uit een bezoek halen? Stel fictieve profielen op en werk op basis daarvan navigatiemenu’s en inhoud verder uit. Dat is zeker onontbeerlijk voor basistaken zoals door het productaanbod gaan of betalingen uitvoeren: idealiter verloopt dit met zo weinig mogelijk handelingen.
- **Testen van de mobiele versie:** test alle functies grondig en houd extra rekening met bovenvermelde aandachtspunten. Het zou zonde zijn dat vermijdbare softwareproblemen leiden tot klanten- en omzetverlies.

In **Bijlage A** ontdekt u een overzicht van websiteproviders die ook een mobiele versie van uw website opzetten.



## **NIEUWSBRIEVEN VIA E-MAIL**

Digitale nieuwsbrieven zijn een goede optie om klanten aan boord te houden. Zo brengt u hen ook op de hoogte van nieuwe producten of promoties. Eenmaal opgezet, vraagt een digitale nieuwsbrief relatief weinig inspanningen en het kan perfect dienen ter aanvulling van uw sociale media en andere promotiekanalen.





## **TRUSTMARKS VOOR UW WEBSITE**

Een trustmark of keurmerk toont dat u een betrouwbare verkoper bent. Dat geeft klanten extra zekerheid. U kan deze plaatsen op uw website of vermelden in uw communicatie (e-mails) met klanten. **Drie opties:**





### Optie 1 Becom Trustmark

Het Belgische Becom Trustmark is ontstaan uit het idee dat een e-commercebedrijf via dit label een vertrouwensband opbouwt met zijn klanten. U mag dit label op uw website zetten als uw bedrijf voldoet aan een aantal criteria, waaronder de veiligheid van het platform. Ook andere 'badges' (juridisch en security) zijn mogelijk, waarbij regelmatige veiligheidschecks op uw webshop worden uitgevoerd. Daarnaast komt het lidmaatschap met nog praktische voordelen, zoals de standaardmodellen van een privacy policy en de algemene voorwaarden die uw klanten in verschillende talen kunnen raadplegen. Beantwoordt u aan alle criteria van dit kwaliteitslabel, dan komt u ook in aanmerking voor het Ecommerce Europe Trustmark (zie optie 2). U moet immers voldoen aan dezelfde Europese wetgeving



### Optie 2 Ecommerce Europe Trustmark

Het Ecommerce Europe Trustmark stimuleert e-commerce in alle lidstaten door zowel consumenten als bedrijven te beschermen via één Europese set van regels. Online handelaars worden gebonden door een 'code of conduct', waardoor consumenten binnen de EU veilig internationaal kunnen e-shoppen. Een universele bescherming voor consumenten moet daarbij zorgen voor een stijgend vertrouwen in de Europese e-commerce-sector. Ook in het VK zal dergelijk label nog de nodige weerklank vinden.



### Optie 3 Safe.Shop certificaat

Op initiatief van de koepelorganisatie Ecommerce Europe is het Safe.Shop certificaat in het leven geroepen. Dit certificaat wordt wereldwijd ondersteund door nationale sectorfederaties, waaronder de Belgische federatie SafeShops. In **Bijlage I** vindt u trouwens een overzicht van de sectorfederaties. Doelstelling van dit certificaat: een globaal netwerk van online verkopers die de regels van de Global E-commerce Code of Conduct volgen. Ook voor klanten verhoogt dit het vertrouwen in de handelaar.



# BESTAANDE PLATFORMEN GEBRUIKEN

Ook zonder eigen webshop kan u uw producten online verkopen in het VK: via bestaande e-commerceplatformen of **Online Market Places** (OMP). Zorg dan wel voor **antwoorden op deze drie vragen**:

## **Mag mijn product verkocht worden op het platform?**

Amazon UK, bijvoorbeeld, heeft een [lijst](#) met productcategorieën met bijbehorende voorwaarden die u mag verkopen via deze website. Ook zijn er productcategorieën die vooraf goedkeuring vereisen.

## **Welke kosten zijn er voor het gebruik van een OMP?**

Voorbeelden van de kosten zijn maandelijksse abonnementskosten die gelinkt zijn aan uw bedrijfsaccount en eventuele commissie per verkocht product. Ook hier vindt u uitgebreide info bij de OMP's, zoals op de [website van Amazon UK](#).

## **Welke extra diensten mag ik verwachten bij een OMP?**

OMP's leveren vaak extra omkaderende diensten aan de gebruikers van hun platform. Zo biedt Amazon UK de mogelijkheid tot adverteren, opslag, (e-)fulfilment en het vervullen van allerlei formaliteiten aan. Check ook hier de website van de OMP voor meer info.

Hét antwoord bestaat dus niet. Welke OMP u kiest, zal sterk afhangen van het opzet en de werking van uw bedrijf. Bekijk eerst intern op welke processen en oplossingen de OMP een aanvulling kan vormen. Neem zeker ook de voorwaarden en kosten in overweging.

## De voors en tegens op een rij:

### VOORDELEN BIJ HET GEBRUIK VAN EEN OMP

- **Minder risico's:** u hoeft zelf geen eigen website op te zetten en onderhouden. Het juridische kader, verzekerde logistieke diensten en eventuele extra diensten van de OMP ... Alles wordt voorzien.
- **Toegang tot een breder doelpubliek:** ook al heeft u een bepaald doelpubliek voor ogen, dankzij de OMP spreekt u ook nog andere consumenten aan.
- **Kans op een (sterke) initiële verkoop:** bestaande marktplaatsen hebben terugkomend cliënteel, waardoor uw initiële verkoop beter kan starten dan wanneer u zelf een eigen website lanceert en marktaandeel opbouwt.
- **Bouw eigen reputatie:** vaak laten kopers een review achter op de OMP, waardoor u stap voor stap een reputatie opbouwt. Zo keren consumenten vaker terug naar uw producten. Op termijn bezoeken ze misschien zelfs uw eigen website (als u er een heeft opgezet).
- **Mogelijkheid tot extra adverteren:** vaak geven OMP's u de kans om tegen betaling advertenties op hun platform te zetten of om uw producten in de kijker te zetten. Dat verhoogt nog meer uw zichtbaarheid bij prospects.
- **Toegang tot extra analytische data:** de bestaande verkoopplatformen bieden een schat aan extra data aan. Concreet gaat het, bijvoorbeeld, om data over welke producten het best verkopen aan welke leeftijdsgroepen of de maanden waarin uw bedrijf het meest verkoopt. Bij correct datagebruik kan u uw productpositionering verfijnen, maar ook aanpassingen doorvoeren op het vlak van beschikbare voorraad, prijs enzovoort. De patronen en de ervaring zullen ook nuttig zijn wanneer u toch een eigen website opzet.

### NADELEN BIJ HET GEBRUIK VAN EEN OMP

- **Een (door)verwijzingsvergoeding (referral fee):** doorgaans wordt voor elk verkocht product een percentage van het verkoopbedrag doorgestort aan de OMP. Dat percentage hangt af van het product en/of de prijscategorie van uw product. Die info vindt u op de website van de OMP.
- **Vertragingen op betalingen:** afhankelijk van de extra kosten (zoals de doorverwijzingsvergoeding) kan er een of twee weken vertraging zitten op de betaling. De betalingen passeren immers eerst langs de OMP om een eventuele doorverwijzingsvergoeding af te houden.
- **Vorm van verhoogde competitie:** consumenten zien met slechts één klik alternatieven voor uw producten.
- **Moeilijk vindbaar:** naargelang de zoektermen die aan uw product worden toegekend of uw productcategorie, kan uw product moeilijker vindbaar zijn op een OMP. Zeker wanneer u nicheproducten verkoopt. Check dus voor elke OMP die u overweegt hoe dit wordt bepaald en hoeveel u hieraan zelf kan veranderen indien nodig.

Uiteraard houdt niets u tegen om te starten met een OMP en op basis van die ervaringen nadien toch een eigen website te bouwen. Of om gebruik te maken van een OMP én eigen website. Hierbij kan het voordelig zijn dat de populariteit van uw product een boost krijgt op een OMP en terugkerende klanten alsmaar meer via uw website bestellen. Alles hangt af van o.a. uw budget, de prioriteiten en capaciteiten van uw bedrijf en hoe u kijkt naar de rol van een OMP of eigen website in de werkingsstrategie en potentiële groei van uw bedrijf.

### **WEETJE**

In het VK zijn dit de populairste online webshops:

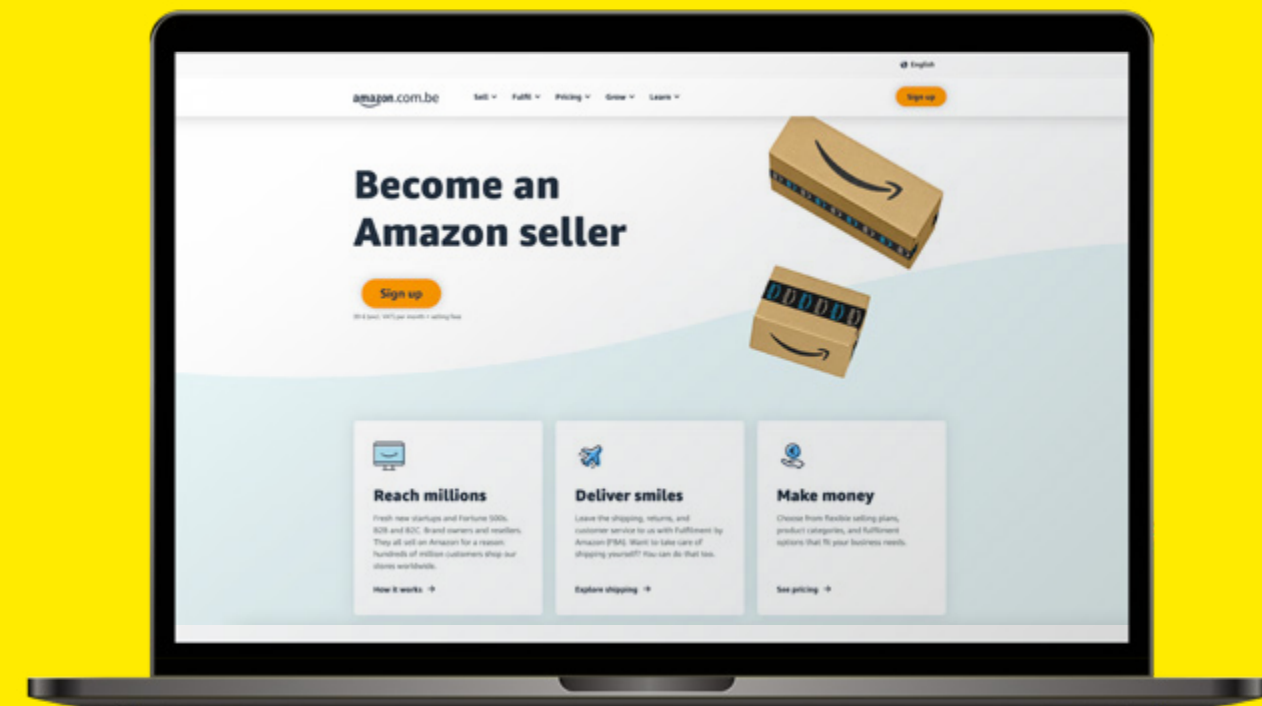
- Amazon.co.uk
- eBay.co.uk
- Etsy.com
- Argos.co.uk
- Next.co.uk

Bron: [Top 100 Ecommerce Companies in the UK | Similarweb](#)

## **Tip!**

OMP's hebben vaak hun eigen processen en regels voor het claimen van preferentiële oorsprong. Check of u dit kan claimen voor uw producten. Dat scheelt immers in uw kosten (of die van uw klant in het geval van de DAP-Incoterms®) voor de betaling van eventuele VK-invoerrechten voor uw producten. Meer informatie over preferentiële oorsprong vindt u in **Bijlage H**.

Vraag de mogelijkheden gerust na bij OMP's die u overweegt. Amazon heeft hier bijvoorbeeld een [eigen webpagina](#) voor met uitleg voor verkopers (Amazon Seller Central).





# AANDACHTSPUNTEN VOOR DE E-COMMERCEHANDEL NAAR HET VK

Tussen het VK en de EU is er een douanegrens met vele formaliteiten en procedures tot gevolg.

Vandaar deze checklist voor internationaal handelen:

- ✔ **EORI-nummer:** nodig om uw goederen in het VK in te voeren
- ✔ **goederencode:** nodig voor de douane om uw goederen te identificeren
- ✔ **oorsprong:** kan impact hebben op de verschuldigde douanerechten en andere handelsmaatregelen
- ✔ **productspecifieke vereisten en uitvoerbepalingen:** gelden o.a. voor voeding en goederen voor tweërlei gebruik
- ✔ **CE- of UKCA-markering:** kwaliteitsstandaarden waaraan uw goederen moeten voldoen
- ✔ **btw:** bij invoer en uiteindelijke verkoop in het VK moet u ter plaatse btw betalen
- ✔ **accijnzen:** bij invoer en uiteindelijke verkoop moet u ter plaatse accijnzen betalen

Doen deze termen geen belletje rinkelen, check dan **Bijlage H**.

A person's hand holding a black and gold pen over a laptop keyboard. The background shows several cardboard boxes, some stacked, and a window with light coming through. The scene is set on a wooden desk.

**DEEL 3  
E-COMMERCE  
NAAAR HET VK:  
VERKOOOP**





Bij de verkoop moet u bepaalde informatieverplichtingen naleven, zodat de consument bij zijn aankoop een goed geïnformeerde beslissing kan nemen en nadien terugvallen op de verstreckte informatie. Bovendien is er bij e-commerce weinig tot geen ruimte voor onderhandelingen over welke partij welke verantwoordelijkheden draagt. Dit verschilt van een 'reguliere' verkoop. U moet daarom kunnen terugvallen op duidelijke en volledige algemene voorwaarden.

## **INFORMATIEPLICHT VOOR DE VERKOOP**

Voordat de verkoop van uw goederen op een online platform plaatsvindt, bent u verplicht om de consument – in het bijzonder in een b2c-relatie – goed in te lichten over allerhande informatie zoals prijs en eventuele extra kosten. Enerzijds omdat er geen ruimte voor misinterpretatie mag zijn. Anderzijds om de consument tegen wanpraktijken te beschermen en ervoor te zorgen dat die alle nodige info, zoals uw ondernemingsnaam en contactgegevens, kan verzamelen en bewaren.

De volgende informatie-elementen zijn verplicht:

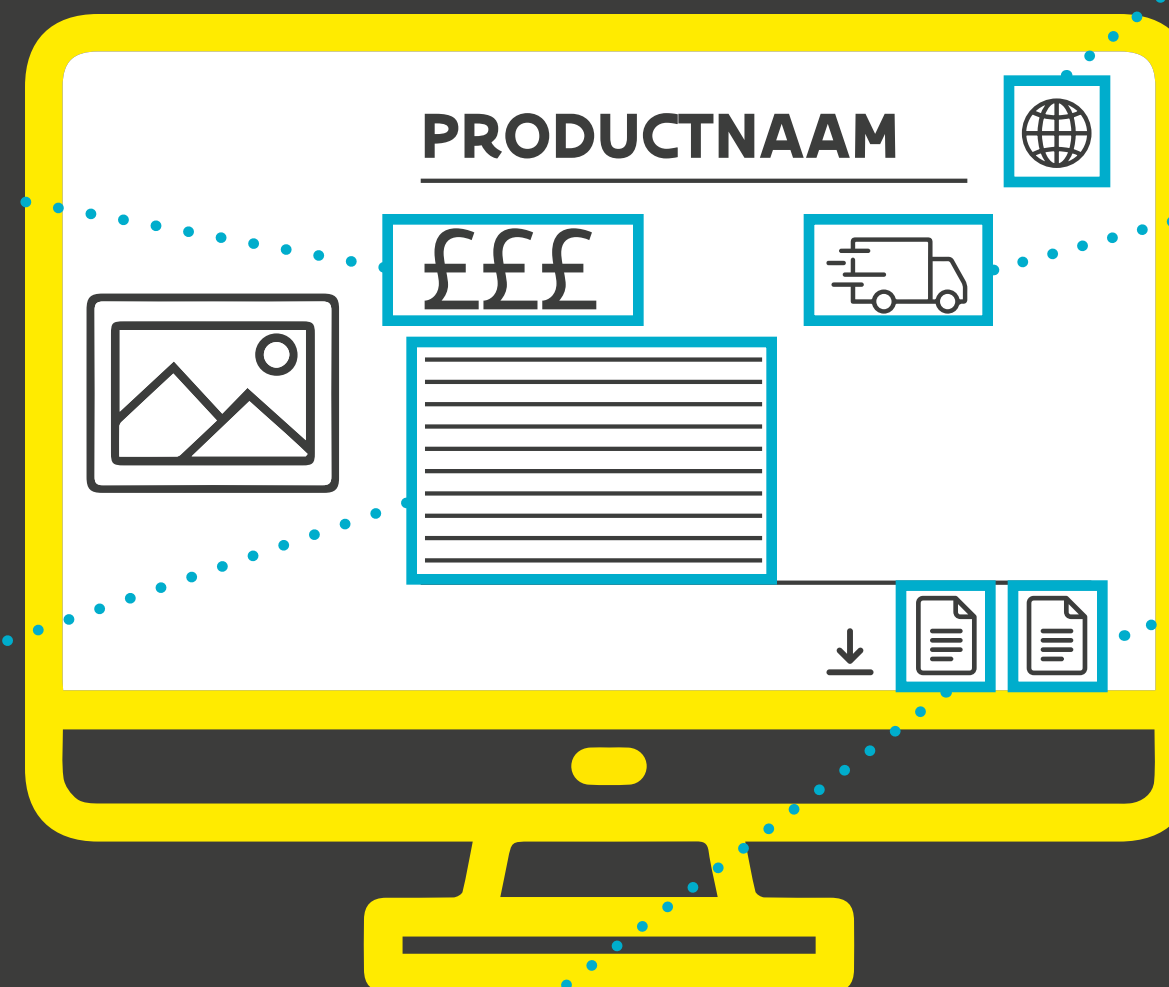
## BIJ DE PRODUCTPRESENTATIE

### Totale goederenprijs

Uw e-commerceplatform moet de totale prijs van de goederen vermelden, inclusief inbegrepen belastingen.

### Beschrijving van de goederen

Uw e-commerceplatform moet een productbeschrijving hebben met zoveel mogelijk info.



### Taalselectie

U moet de klant laten weten welke talen beschikbaar zijn.

### Totale leveringskosten

Uw e-commerceplatform moet de totale leveringskosten vermelden.

### Standaard annuleringsformulier

Uw klant moet op de website een standaard annuleringsformulier kunnen terugvinden en downloaden.

### Algemene voorwaarden

Deze verplichte informatie-elementen kan u opnemen in de algemene voorwaarden:

- uw ondernemingsnaam, contactgegevens (incl. e-mailadres) en adres
- uw eventuele Britse btw-nummer
- de manier waarop de klant kan annuleren en wanneer die dit recht verliest
- de vermelding dat de klant een redelijke kostprijs zal dragen voor het gebruik van diensten na annulering



## BIJ DE BESTELLING

### Stappenplan

Geef het stappenplan weer dat de klant doorloopt tijdens de bestelling.

### Leveringsmogelijkheden en kosten

Vermeld duidelijk alle leveringsmogelijkheden en bijbehorende kosten.

### Correcties doorvoeren

De klant moet op een redelijke manier fouten in een bestelling kunnen aanpassen.

### Correcties doorvoeren

De klant moet op een redelijke manier fouten in een bestelling kunnen aanpassen.



### Ontstaan betalingsverplichting

Wanneer een klant een bestelling plaatst waarna een verplichte betaling volgt, moet dat duidelijk zijn aangegeven.

# INFORMATIEPLICHT NA DE VERKOOP

Ook na de verkoop bent u verplicht om info aan uw klant te bezorgen die deze kan bewaren. Meestal neemt dat de vorm van een bevestigingsmail aan:

- beschrijving van de goederen
- de prijs van de goederen, inclusief alle inbegrepen belastingen
- hoe de klant kan betalen
- de zendingsmodaliteiten, kosten en leveringstijd



# ALGEMENE VOORWAARDEN (TERMS & CONDITIONS)

Uw algemene voorwaarden zijn in essentie **de ruggengraat van uw e-commerce-bedrijf**. Ze bepalen hoe en onder welke voorwaarden uw onderneming zakendoet. Voor klanten maken ze duidelijk wat ze kunnen verwachten. Zo beschermt u zichzelf tegen juridische aansprakelijkheidsclaims. Als er toch geschillen ontstaan, zullen de algemene voorwaarden helpen om deze makkelijker en in uw voordeel op te lossen.

## OVERZICHT INHOUD ALGEMENE VOORWAARDEN

De algemene voorwaarden bepalen enkele essentiële zaken: de betalingsmogelijkheden, leveringskosten en wie die zal betalen, het retourbeleid enzovoort. Denk dus goed op voorhand na wat u hierin wil opnemen.

### Typische opbouw algemene voorwaarden in e-commerce

**Inleiding:** definities van belangrijkste begrippen en afbakening op wie de algemene voorwaarden van toepassing zijn.

**Aanbod en overeenkomst:** uiteenzetting van de regels voor het sluiten van een overeenkomst. Dit omvat uw aanbod, de aanvaarding door de klant, het herroepingsrecht en de gevolgen daarvan.

**Betaling:** dit omvat de verschillende betaalmethodes, de verzendkosten en de betalingstermijn.

**Levering en uitvoering:** deze regels omvatten de leveringstermijn, de leveringswijze en de garantie.

**Garantie:** deze regels omvatten de wettelijke garantie en eventuele aanvullende garanties.

**Klachtenregeling:** hoe kunnen klanten klacht indienen?

**Geschillen:** hoe kunnen geschillen tussen u en uw klanten worden opgelost?

**Overige bepalingen:** voorbeelden zijn onder meer uw contactgegevens en de mogelijkheid om de algemene voorwaarden te wijzigen.

## **AKKOORD MET ALGEMENE VOORWAARDEN**

Bij e-commerce zitten u en uw klant niet fysiek samen om een verkoopovereenkomst te ondertekenen. Juridisch komt u tot een overeenkomst op het moment dat uw klant op de knop 'bestellen en betalen' drukt. In de praktijk krijgt de overeenkomst gebruikelijk haar uitwerking zodra de betaling een feit is. Nog daarvoor moet de klant instemmen met de algemene voorwaarden, opdat die van toepassing zijn op de verkoopovereenkomst.

U heeft verschillende manieren om de klant te laten instemmen met de algemene voorwaarden. Vermeld bijvoorbeeld onder de 'bestellen en betalen'-knop dat de klant gebonden is zodra die klikt op de button. Het kan ook vroeger, door een disclaimer toe te voegen als de klant inlogt op het e-commerceplatform, bijvoorbeeld. Of laat de klant tijdens het bestelproces aanvinken dat die instemt met de algemene voorwaarden.

## **ONDERSTEUNING BIJ HET OPSTELLEN VAN DE ALGEMENE VOORWAARDEN**

Grondig nadenken over de inhoud van uw algemene voorwaarden is een aanrader. Maar u hoeft het wiel niet te heruitvinden. Put inspiratie uit de publiekelijk beschikbare algemene voorwaarden van bestaande e-commerceplatformen. Daarnaast zijn er ook talloze templates online beschikbaar, zoals op de [website van Zyro](#), [van Termly](#) of het [voorbeeld van Becom](#). Of neem een jurist in de arm om uw algemene voorwaarden op maat op te stellen.



# DEEL 4 DE UITVOERING

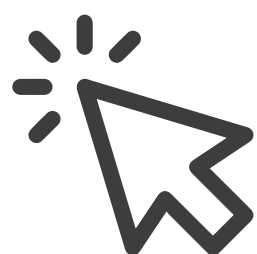




Van vertrek van uw goederen naar het VK en aankomst op hun eindbestemming, onderscheiden we twee grote fases:

**ZENDING**

**LEVERING**



# ZENDING

Als we de zending bespreken, spreken we in grote mate over het magazijn, het beheer ervan en alle bijbehorende processen.

## DEFINITIE MAGAZIJN

Een magazijn is een fysieke opslagruimte die met behulp van stellingen voor opslag, apparatuur voor goederenafhandeling, menselijke middelen en een warehouse managementsysteem voor het beheer, zowel de inkomende als uitgaande goederenstromen reguleert. In een bijbehorende administratie wordt bijgehouden waar elk product zich bevindt, samen met de opgeslagen hoeveelheden ervan.

Enkele cruciale aspecten van magazijnen zijn:

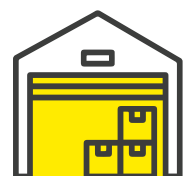
- **Opslag:** bewaren van goederen tot ze worden verkocht en verzonden naar klanten – van kleine, lokale opslagruimtes tot grootschalige distributiecentra.
- **Voorraadbeheer:** essentieel om voorraadniveaus bij te houden, producten te organiseren en een vlotte stroom van goederen in en uit het magazijn te realiseren.
- **Orderverwerking:** ook orderfulfilment genoemd. Proces waarbij de gekochte producten worden verzameld, verpakt en verzonden naar klanten.
- **Verzending en logistiek:** magazijnen zijn geïntegreerd in de logistieke en verzendingsprocessen van e-commercebedrijven. Daarbij spelen ze een centrale rol in de planning van de bezorgingsroutes, de bestellingen voorbereiden voor verzending en de retourzendingen beheren.
- **Voorraadrotatie:** voorraadrotatie toepassen en monitoren is belangrijk om ervoor te zorgen dat producten niet te lang in het magazijn blijven liggen en de kans op verouderde voorraad te minimaliseren.
- **Voorraadnauwkeurigheid:** de voorraad in het magazijn nauwkeurig registreren, is cruciaal om problemen met voorraad en bestellingen te voorkomen en klanten tijdig en correct te bedienen.
- **Automatisering:** door automatisering van magazijnsystemen verbetert u de efficiëntie en nauwkeurigheid. Denk aan geautomatiseerde opslag- en orderverwerkingssystemen.
- **Fulfilmentpartners:** sommige e-commercebedrijven maken gebruik van fulfilmentpartners of externe bedrijven die magazijndiensten aanbieden, om hun voorraad en verzending te beheren.





## TYPES MAGAZIJNEN

De drie meest voorkomende types magazijnen zijn:



**Privé-magazijnen:** eigendom van en geëxploiteerd door één specifiek bedrijf. Ze dienen voor de opslag van de eigen producten en goederen van het bedrijf en bieden volledige controle over de opslag- en logistieke processen.



**Gedeelde magazijnen:** hier delen meerdere bedrijven de opslagfaciliteit en dus ook de exploitatiekosten. Vooral populair bij kmo's door die kostenefficiëntie.



**Openbare magazijnen:** eigendom van derden die opslagfaciliteiten en logistieke diensten aanbieden aan verschillende bedrijven tegen betaling. De opslagfaciliteit wordt dus gedeeld, maar de exploitatiekosten zijn anders, aangezien de eigendom en uitbating bij een derde partij liggen. Vaak gebruikt voor tijdelijke opslag, seizoensopslag of als flexibele oplossing.



## HET MAGAZIJN: ZELF DOEN OF UITBESTEDEN?

Koopt of huurt u een magazijn? En doet u het zelf of schakelt u een externe partij in?

Check de voor- en nadelen van elke combinatie:

SITUATIE	VOORDELEN	NADELEN
<b>U heeft een magazijn en beheert dit zelf</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• volledige operationele controle, incl. personeel en beveiliging</li> <li>• op maat van uw bedrijfsbehoeften (geavanceerde automatiseringstechnologieën, magazijnbeheersystemen en orderverwerkingsprocessen)</li> <li>• directe betrokkenheid en flexibiliteit</li> <li>• waardevolle investering op de lange termijn die later kosten kan besparen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• initieel hoge kosten, want aanzienlijke investering</li> <li>• het onderhoud brengt doorlopende kosten met zich mee zoals loon, energie, onderhoud en veiligheidsbeheer.</li> <li>• gevoelig voor onverwachte schommelingen in behoeften en vraag (over- of ondercapaciteit)</li> </ul>
<b>U heeft een magazijn en besteedt het beheer uit aan een derde partij</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ervaring en expertise van derde partijen in het beheren van opslag en logistiek</li> <li>• kostenbesparing</li> <li>• risico's bij dienstverlener</li> <li>• tijd en middelen om zelf te focussen op uw kernactiviteiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• controle uit handen en vertrouwen in dienstverlener nodig</li> <li>• risico op slechte dienstverlening, wat rechtstreeks invloed heeft op uw klanttevredenheid</li> <li>• beperkt tot de bestaande processen en technologieën van de dienstverlener, dus minder op uw maat</li> </ul>
<b>U huurt een magazijn en baat dit zelf uit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geen initiële kapitaalinvestering</li> <li>• flexibiliteit in huurtermijnen en magazijn grootte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lopende huurkosten, die op termijn hoger kunnen oplopen dan een magazijn te kopen</li> <li>• service- en andere overheadkosten</li> <li>• beperkte controle over het gebouw, dus moet u als huurder vertrouwen hebben in het onderhoud en de beveiliging van het magazijn</li> <li>• beperkingen in het huurcontract, met minder flexibiliteit tot gevolg</li> </ul>
<b>U huurt een magazijn en besteedt het beheer uit aan een derde partij</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• volledige focus op eigen kerntaken</li> <li>• flexibiliteit en makkelijker reageren op schommelingen in de vraag, want de externe dienstverlener regelt de nodige opslagcapaciteit voor uw specifieke behoeften</li> <li>• geen grote investeringen</li> <li>• expertise en gespecialiseerde kennis van een ervaren exploitant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• minder directe controle over de dagelijkse magazijnactiviteiten</li> <li>• vertrouwen op externe exploitant</li> <li>• weinig tot geen zeggenschap in het beheer</li> <li>• grote afhankelijkheid, wat nadelig kan zijn voor uw bedrijfsvoering als de dienstverlening van slechte kwaliteit blijkt te zijn</li> <li>• minder flexibiliteit door eventuele beperkingen in de huur-overeenkomst</li> </ul>

## PROCES IN HET MAGAZIJN

**2** Vervolgens worden de goederen overgebracht naar de losplaats, waar ze worden gelost van vrachtwagens of andere transportmiddelen. Ze krijgen een extra controle op aantallen en kwaliteit, waarna ze worden klaargemaakt voor opslag.

**1** Eerst komen de goederen toe in het magazijn. Elk ontvangen artikel wordt geïdentificeerd via pakbonnen, barcodes of andere traceerbaarheidsmiddelen. Daarbij controleert de ontvangstafdeling de kwaliteit en aantallen.



**3** Nu worden de goederen naar hun specifieke opslaglocatie overgebracht en daarmee gesorteerd. Elk geleverd product krijgt zijn plaats, die wordt opgeslagen in het beheersysteem van het magazijn.

**4**

Het afhandelingsproces omvat het beheer van goederen binnen het magazijn, waaronder het verplaatsen van producten tussen verschillende opslaglocaties.

UITLAADZONE

OPSLAG

BEHANDELING

ONTVANGEN

**6** Vooraleer de goederen worden verpakt, vindt nog een kwaliteitscontrole plaats om ervoor te zorgen dat ze voldoen aan de vereiste normen en specificaties. Soms maakt ook de verpakking deel uit van de kwaliteitscontrole om te checken of wel het juiste verpakkingsmateriaal is gebruikt.

KWALITEITS-  
CONTROLE EN/OF  
VERPAKKING

OPHALEN EN  
VERPAKKEN

Na afhandeling worden goederen uitgepikt en verzameld op basis van ontvangen bestellingen. Voor de juiste selectie maken magazijnmedewerkers gebruik van handscanners, piklijsten of geautomatiseerde systemen.



**5**

LAAD- EN  
LOSDOCKS

ZENDING

VOORBEREIDING  
ZENDING

Zending is de finale fase van het proces. De verzendinginformatie wordt bijgehouden, en het magazijn kan samenwerken met vervoerders en eventueel de douaneagent om de logistiek van de verzending te optimaliseren.

**8**

Na verpakking worden de goederen voorbereid voor verzending: pakketten labelen, verzendlabels of barcodes opmaken en vervoersmiddelen toewijzen.

**7**

## DIGITALISATIE VAN HET MAGAZIJN

Veel traditionele magazijnen vertrouwen nog altijd op handmatige processen om hun inventaris te beheren, te orderpikken en verpakken. Dat leidt tot inefficiënties en een hogere kans op menselijke fouten. Daarnaast is het moeilijker om de locatie van voorraaditems bij te houden als er geen realtimezichtbaarheid in het magazijn is. Daardoor ontstaat tijdverlies bij het zoeken naar items.

Ook ruimtegebrek komt vaak voor, vooral als traditionele magazijnen groeien of seizoensgebonden schommelingen ervaren. Opslagruimte optimaliseren is een continue uitdaging. Het gebruik van verouderde technologie, zoals handgeschreven inventarislijsten en spreadsheets, is weinig efficiënt. Zo kunnen ze moeilijk concurreren met modernere en geautomatiseerde magazijnen.

Orders handmatig verwerken, manuele inventarisatie en gebrek aan leiden tot langere doorlooptijden en tragere orderafhandeling. Het gebrek aan info over voorraadlocatie of -volume kan zorgen voor tekorten of net een overvloed aan voorraad. Algemeen resulteert het vooral in inefficiënte operaties, waarbij orderpickers tijd verliezen bij het zoeken naar het juiste artikel. Zonder effectieve systemen zijn om oudere voorraad te identificeren en prioriteit te geven voor verzending, is het moeilijk om de voorraadrotatie goed te beheren. Met een daling van de algemene klanttevredenheid tot gevolg.

**Overweeg daarom deze digitale oplossingen voor de optimalisatie van uw magazijn:**

### WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM (WMS)

Een WMS bestaat uit software en processen waarmee bedrijven magazijnactiviteiten kunnen **controleren en beheren** vanaf de binnenkomst van goederen of materialen in een magazijn tot het vertrek. Magazijnen vormen het middelpunt van productie en logistiekeketenactiviteiten omdat ze hiervoor al het materiaal bevatten, van grondstoffen tot eindproducten. Het doel van een WMS: **ervoor zorgen dat goederen en materialen op de meest efficiënte en kosteneffectieve manier door magazijnen bewegen**. Denk aan de voorraad volgen, verzamelen, ontvangen en opslaan. Ook biedt een WMS altijd en overal inzicht in de inventaris, zowel in een faciliteit als onderweg.

#### **Wat doet een WMS en hoe wordt het gebruikt?**

Concreet biedt een WMS **realtime-inzicht** in elk aspect van de magazijnactiviteiten, van de locatie van elk artikel tot het aantal werknemers op de verpakkingsvloer. De software ondersteunt om **magazijnprocessen te beheren en optimaliseren**. Daardoor wordt behoorlijk veel tijd en geld bespaard, aangezien de logistieke keten bij de meeste bedrijven een grote hap uit het budget.



Zet een WMS in voor onder meer:

- **Magazijnorganisatie:** door input van de magazijn grootte en voorraad informatie zoals pallet grootte, object grootte en product gebruik, genereert een WMS een magazijn diagram. Daarmee maakt u maximaal gebruik van de beschikbare ruimte en optimaliseert u zo uw voorraad opslag.
- **Optimaliseren van de dagelijkse planning:** een WMS stelt een dagplanning op die rekening houdt met de huidige orders en het beschikbare personeel – en schat zo correcte arbeidskosten in. Ook maakt een WMS verbinding met transportaanbieders om verzend- en ontvangsttijden en verzendlocaties te plannen, zodat vrachtwagenchauffeurs tijdig op de juiste plaats zijn en er personeel voor hen klaarstaat.
- **Voorraadbeheer:** een WMS verzamelt informatie van mobiele apparaten en machines om de beweging van de voorraad door het magazijn te registreren. Zo kan het WMS de voorraadniveaus in real time aanpassen om verspilling te minimaliseren en voorraadtekorten te voorkomen.
- **Orderafhandeling:** met een WMS verloopt dit snel en nauwkeurig. Om de dagelijkse bestellingen uit te voeren, gebruikt de ploeg die de orders verzamelt een zeer gedetailleerde paklijst. Die staat vaak op een mobiel apparaat, met precies wat ze nodig hebben en waar het zich bevindt.
- **Monitoring en rapportage:** een WMS documenteert standaardwerkprocedures zodat werknemers die altijd kunnen volgen. Ook monitort een WMS de magazijnactiviteiten om problemen op te sporen. Het bedrijf analyseert vervolgens deze data om de prestaties van het magazijn te beoordelen, verbeterpunten te vinden, doelen te stellen en evoluties op te volgen.

• 3 soorten WMS

- **Standalone WMS op locatie:** biedt basisfunctionaliteit, inclusief kernfuncties voor magazijnbeheer (bv. voorraadbeheer, orderafhandeling en verzending). Doorgaans is een IT-team nodig om problemen op te lossen en de software te onderhouden en upgraden. Vergeleken met andere types duurt de implementatie van standalone WMS op locatie langer, omdat aangepaste integraties met bestaande bedrijfssystemen nodig zijn.
- **Cloud-WMS:** webgebaseerde software-as-a-service (SaaS)-oplossing waartoe gebruikers toegang hebben via internet. Voordelen zijn een kleinere footprint en minder nood aan hardware- en IT-specialisten ter plaatse. Algemeen is een snelle implementatie mogelijk. Toonaangevende cloud-WMS-oplossingen zijn zeer configureerbaar, waardoor u ze kan afstemmen op uw noden en processen. Kan worden geïntegreerd met cloud ERP-suites en andere magazijn technologieën zoals mobiele apparaten, transportbanden en sorteermachines.
- **WMS ERP-modules:** is standaard geïntegreerd met een uniforme ERP-oplossing die doorgaans ook andere modules omvat voor boekhouding, klantrelatiebeheer (CRM), personeelszaken en voorraad- en orderbeheer. Omdat alle magazijngegevens worden opgeslagen in de gedeelde database die de andere modules gebruiken, heeft iedereen in de organisatie altijd toegang tot dezelfde actuele informatie.

Een overzicht van WMS-providers:

AANBIEDER	FUNCTIES
<b><u>SAP Extended Warehouse Management</u></b>	Biedt functionaliteiten zoals voorraadbeheer, orderverzameling, optimalisatie van magazijnprocessen en realtimerapportage.
<b><u>Inflow Inventory</u></b>	Een voorraadbeheeroplossing die is ontworpen voor kleine tot middelgrote bedrijven. Biedt functionaliteiten zoals voorraadbeheer, orderverzameling, inkoopbeheer en rapportage.
<b><u>Oracle Warehouse Management</u></b>	Een geavanceerd WMS met mogelijkheden voor voorraadbeheer, orderverwerking, ontvangst- en verzendingsbeheer.
<b><u>Manhattan Warehouse Management System</u></b>	Biedt end-to-end magazijnbeheerfunctionaliteiten, waaronder orderverzameling, voorraadbeheer, cross-docking en automatisering. Geschikt voor complexe distributieomgevingen.
<b><u>Blue Yonder Warehouse Management</u></b>	Functies omvatten voorraadbeheer, orderverzameling, en ondersteuning voor e-commerce fulfilment.
<b><u>Epicor WMS</u></b>	Stroomlijnt voorraadbeheer, orderverzameling en verzending.
<b><u>Microsoft Dynamics 365 Supply Chain Management</u></b>	Een geïntegreerd en schaalbaar logistiekeketenmanagementsysteem. Biedt uitgebreide functionaliteiten, waaronder voorraadbeheer, orderverzameling, magazijnbeheer, productieplanning en transportmanagement.



## AUTOMATED PICKING TOOLS



Geautomatiseerde orderverzameltools omvatten systemen zoals 'pick & place robots' en 'pick-to-light'. Deze tools automatiseren het orderverzamelproces en verbeteren de efficiëntie ervan, met tijdwinst als resultaat.

Daarnaast verminderen ze menselijke fouten tijdens het verzamelen van orders, wat resulteert in een hogere nauwkeurigheid van voorraadbeheer.

Het systeem kan makkelijk worden geschaald om te voldoen aan veranderende eisen en seizoensgebonden fluctuaties in de vraag naar producten. Extra voordeel: minder repetitieve en fysiek veeleisende taken voor uw magazijnmedewerkers.

## AUTOMATED GUIDED VEHICLES (AGV)



Deze machines navigeren zichzelf door middel van vloerstickers, radiogolven, vision camera's, draden, magneten of lasers. Ze worden meestal gebruikt om grondstoffen, werk en eindproducten door het magazijn te transporteren.

Bovendien zijn AGV's uitgerust met GPS waarmee operators het voertuig met uiterste precisie naar de exacte locatie kunnen sturen waar de AGV's lading moeten ophalen of neerzetten.

Omdat ze in staat zijn om eentonige en tijdrovende taken en processen semi-automatisch en semi-onafhankelijk uit te voeren, kunnen ze de klok rond werken met een **consistente snelheid en precisie**.

## VIRTUAL REALITY (VR)



In het magazijnbeheer wordt VR vaak gebruikt voor training en simulatie. Magazijnmedewerkers moeten tijdens hun opleiding dan virtueel omgaan met verschillende scenario's.

Daarnaast speelt VR ook een actieve rol bij het ontwerp en de optimalisatie van de lay-out van het magazijn en de plannen van efficiënte opslagruimtes.

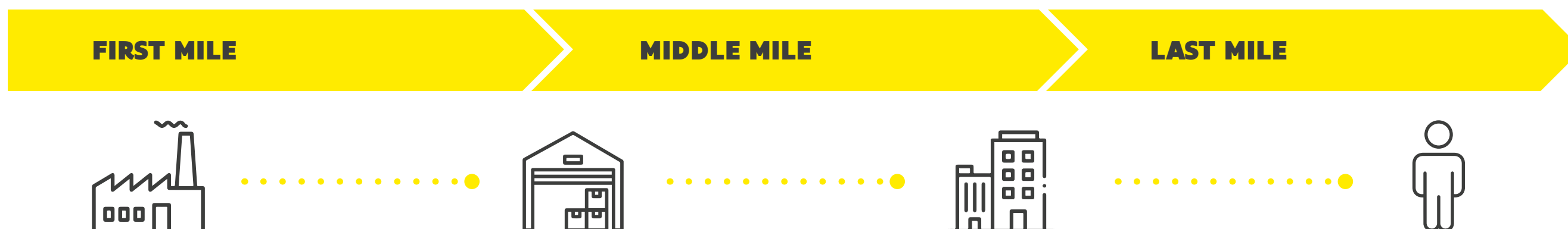
VR verkleint de kans op dure veiligheidsincidenten. Door gevaarlijke aspecten van taken te identificeren en die in VR na te bootsen, leert het personeel virtueel om veilig met verschillende scenario's om te gaan. Ze ervaren meteen wat de gevolgen van hun acties zijn. Dit helpt om veiligheidsprotocollen onder de knie te krijgen.



# LEVERING

Deze fase waarin u de goederen klaar maakt voor levering aan de klant is de laatste kans om de beste eerste indruk te maken. Het moment waarop de klant zijn bestelling ontvangt, markeert niet alleen de voltooiing van de transactie, maar bepaalt ook de klantervaring met uw bedrijf. Tijdige, nauwkeurige en schadevrije levering is de sleutel tot een positieve klantervaring. Daardoor stijgt de kans dat klanten opnieuw bestellen én uw bedrijf aan anderen aanbevelen.

De route kan uiteraard variëren. Toch is er doorgaans een herkenbare structuur:





## FIRST MILE DELIVERY

Alle stappen die de goederen doorlopen om ze van hun oorsprong, het magazijn van de verkoper, naar het beginpunt van het transportnetwerk te brengen.

Dit kan een centraal sorteercentrum zijn, een terminal van een logistieke dienstverlener of een andere faciliteit die is ontworpen om goederen te verzamelen en sorteren vooraleer ze worden vervoerd ('consolidatie' of 'groupage').

In e-commerce vindt deze fase meestal plaats in een e-fulfilment center.

## MIDDLE MILE DELIVERY

Zodra de goederen het distributiecentrum of beginpunt van het transportnetwerk bereiken, komen ze in de 'middle mile delivery'-fase. Ze worden getransporteerd van het Vlaamse distributiecentrum naar een cross-border distributiecentrum, meestal dicht bij de grens. Na de afhandeling van de douaneformaliteiten steken de goederen daadwerkelijk de grens over.

Bij aankomst in het VK worden de goederen getransporteerd naar lokale cross-border distributiepunten – al dan niet in de nabijheid van de eindbestemming – en nadien vaak nog naar een regionaal distributiecentrum dicht bij de locatie van de eindbestemming.

## LAST MILE DELIVERY

De goederen worden van het laatste distributiecentrum naar de eindbestemming gebracht, meestal het adres van de klant.

Deze laatste fase van het logistieke proces is het meest zichtbaar voor de klant, en speelt dan ook een cruciale rol in het waarborgen van een positieve klantervaring.

# VERZENDINGSMETHODE

Wellicht zal u voor uw leveringen samenwerken met koeriers of andere transportbedrijven. Zelf een logistiek systeem opzetten vereist immers forse investeringen in faciliteiten, technologie, transportmiddelen en personeel.

Welke **criteria tellen in uw zoektocht naar een logistieke partner?**



**Prijs:** de prijzen voor expreseleveringen variëren naargelang de pakketgrootte en het gewicht, de bestemming en bezorgsnelheid.



**Levertijd:** klanten verwachten erg korte levertijden en vaak willen ze daarvoor zelfs extra betalen. Let op: hoe sneller de bezorgservice, hoe duurder meestal.



**Pakketgrootte en -gewicht:** sommige koerierdiensten hebben hiervoor beperkingen. Zorg ervoor dat uw koeriersdienst geschikt is voor uw producten.



**Tracking:** het is handig om uw pakketten te kunnen volgen, zodat u weet wanneer ze aankomen. Tegenwoordig biedt zo goed als elke koeriersdienst tracking aan.



**Netwerk in het VK:** doorgaans zijn koeriersdiensten met een uitgebreid netwerk van afhaalpunten en bezorglocaties in het VK de snellere optie.



KOERIERSDIENST	PRIJS PER KG (€) - INSCHATTING	LEVERINGS- SNELHEID	PAKKETGROOTTE EN -GEWICHT	TRACKING	NETWERK IN HET VK
<b>Bpost</b>	12,5	2-3 dagen	Tot 30 kg	Ja	Nee
<b>DHL</b>	13,9	1-2 dagen	Tot 30 kg	Ja	Ja
<b>DPD</b>	12,5	2-3 dagen	Tot 25 kg	Ja	Ja
<b>FedEx</b>	14,9	1-2 dagen	Tot 35 kg	Ja	Ja
<b>GLS</b>	13	2-3 dagen	Tot 27 kg	Ja	Ja
<b>PostNL</b>	12,6	2-3 dagen	Tot 22 kg	Ja	Nee
<b>TNT</b>	13,7	1-2 dagen	Tot 32 kg	Ja	Ja
<b>UPS</b>	12,9	1-2 dagen	Tot 35 kg	Ja	Ja

Het is niet omdat uw koeriersdienst geen eigen Brits netwerk heeft, dat u niet kan samenwerken voor levering in het VK. In dit geval zal de koerier uw pakket overhandigen aan een andere die er wel bezorgt.

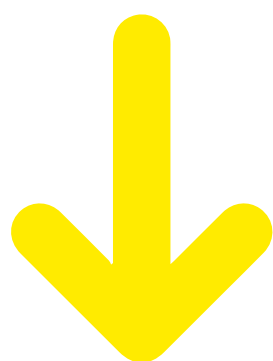
U hoeft zich niet te binden aan een vaste prijs of een overeenkomst met één verzendpartner. Voor elke bestelling kan u de verzendkosten van verschillende koeriersdiensten vergelijken en op basis daarvan de juiste verzendpartner kiezen. Of u kan uw klant zelfs verschillende opties aanbieden. Via de Belgische vergelijkingssite ParcelParcel zet u makkelijk de leveranciers tegenover elkaar.

## DIGITALISERINGSOPLOSSINGEN VOOR DE OPVOLGING VAN UW ZENDING: TRACK & TRACE (T&T)



Als verkoper moet u weten waar uw goederen zijn en of ze succesvol bij de klant zijn afgeleverd. Via (T&T)-technologieën krijgt u realtimetoeegang tot de actuele en historische locaties van uw verzonden pakketten. Zo heeft u volledige transparantie en controle over het verzendproces, waardoor u effectief kan anticiperen en reageren indien nodig.

### In de praktijk werkt dit zo als u een bestelling naar het VK verzendt:



U verpakt de bestelling en levert die in bij de koerierdienst, die er een uniek trackingnummer aan toekent en transporteert naar het VK. Via dit trackingnummer kunnen u en uw klant direct via de e-trackingpagina op de website van de koerierdienst weten waar uw goederen zich bevinden.

Tijdens het transport wordt de zending op diverse locaties gescand. Die info wordt regelmatig geüpdatet in het Track & Trace-systeem. Zo ziet u elke stap. Na de douane-inklaring wordt de zending naar de eindbestemming vervoerd, waarbij u een melding ontvangt zodra de goederen succesvol zijn afgeleverd.

Voor een uitgebreidere bespreking, check ons [\*\*Draaiboek over internationale handel in goederen.\*\*](#)



## ORDERVERWERKINGSPLATFORMEN



Verzendt u regelmatig bestellingen naar het VK, dan kan u gebruikmaken van een orderverwerkingsplatform (order fulfilment platform). Zo'n orderverwerkingsplatform helpt u uw order- en verzendproces te automatiseren en optimaliseren. De marktspelers bieden min of meer dezelfde functies:

- **print labels:** orderverwerkingsplatformen kunnen labels automatisch genereren op basis van de verzendgegevens.
- **realtime tracking:** bekijk de actuele status van uw zendingen via het dashboard van het verzendplatform.
- **integraties met e-commerceplatformen:** zo kan u automatisch bestellingen importeren in het verzendplatform.
- **retourbeheer:** orderverwerkingsplatformen kunnen automatisch retourzendingen accepteren, retourlabels genereren en terugbetalingen verwerken.

**Enkele orderverwerkingsplatformen met deze functies**, sommige bieden een gratis proefperiode aan:

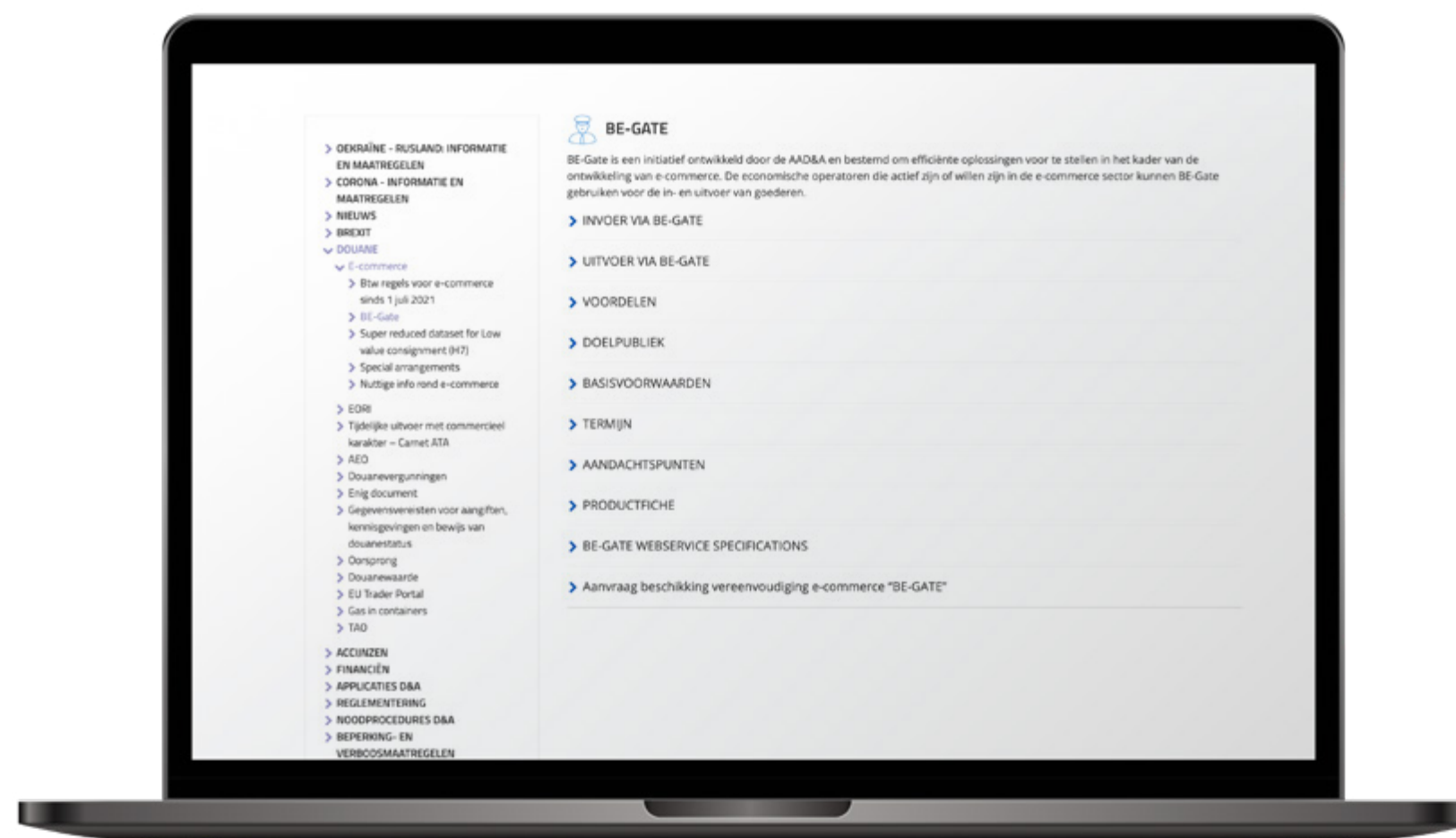
PLATFORM	KOERIERSDIENSTEN	PRIJZEN
<u>ShipStation</u>	Bpost, GLS, DPD, DHL, Royal Mail, FedEx, Parcelforce Worldwide, UPS, USPS	Vanaf € 29 per maand
<u>Easyship</u>	FedEx, DPD, DHL, UPS, USPS	Vanaf € 29 per maand
<u>Shippo</u>	USPS, GLS, DPD, DHL, FedEx, UPS, USPS, Royal Mail	Vanaf € 9,50 per maand
<u>Stamps.com</u>	USPS en UPS	Vanaf € 18,50 per maand
<u>Ordoro</u>	UPS, USPS	Vanaf € 55 per maand
<u>ShipBob</u>	DHL, Royal Mail, DPD, UPS, FedEx, USPS	Naargelang uw vraag





**BE-GATE**

BE-GATE is een webapplicatie opgezet door de Federale Overheidsdienst Financiën, Douane en Accijnzen om e-commercespelers een digitale douaneoplossing te bieden voor het eenvoudiger verzenden of ontvangen van goederen in België.



Met BE-GATE kan u uw exportaangiften (zelf) online gratis indienen, waarmee u tijd wint. Als u de juiste kennis in huis heeft, bespaart u zo bovendien de kosten van een douaneagent. Ook verbetert u de douaneafhandeling, waardoor goederen efficiënter kunnen worden vrijgegeven.

3 praktische aandachtspunten voor BE-GATE:

**Voorwaarden om BE-GATE te gebruiken:**

- vestiging hebben in België
- statuut van douane-exporteur
- ruimte voor tijdelijke opslag of een goedgekeurde plaats met douane-entrepot
- vergunning Vereenvoudigde Aangifte
- beschikken over een doorlopende zekerheid

**Met deze info dient u de douaneaangiftes op BE-GATE in via een eenvoudige interface:**

- de aard van de goederen
- de waarde van de goederen
- de herkomst van de goederen
- de bestemming van de goederen

**Deze goederen mogen niet via BE-GATE:**

- accijsproducten/accijnsgoederen
- goederen onderworpen aan vergunningen
- goederen onderworpen aan beperkingen en controlemaatregelen

Om gebruik te maken van de vereenvoudigde aangifte, moet u een officiële aanvraag doen via het bijbehorende aanvraagformulier. Na het indienen van de douaneaangifte, ontvangt u een bevestigingsnummer, dat moet worden vermeld op de betrokken goederen.

## WEETJE

Exporteert u zendingen van meer dan € 1.000 en met een gewicht hoger dan 1.000 kg? Dan moet naast de aanmelding in BE-GATE nog een aanvullende aangifte ingestuurd worden in PLDA.

## SUPER REDUCED DATA SET IN HET VK

Het VK heeft een regeling voor de invoer van zendingen met een waarde van **maximaal £ 135**: de Super Reduced Data Set (SRDS). De SRDS is, net als de Europese H7 Super Reduced Dataset, een **vereenvoudigde versie van de standaard douaneaangifte** voor de invoer van lagewaardezendingen.

De SRDS bevat onder meer:

- de naam en het adres van de verzender en de ontvanger
- de handelsbenaming van de goederen
- de hoeveelheid van de goederen
- de waarde van de goederen

Dankzij SRDS vermindert u de administratieve lasten en versnelt u de invoer van lagewaardezendingen. Alle bedrijven mogen er een beroep op doen, maar deze goederen zijn uitgesloten:

- accijnsproducten/accijnsgoederen
- goederen onderworpen aan vergunningen
- goederen onderworpen aan beperkingen en controlemaatregelen





# DEEL 5 DE NAZORG





# OMGEKEERDE LOGISTIEK

De bestelling is netjes afgeleverd bij de klant, maar dat betekent niet dat uw werk gedaan is.

Consumenten hebben het recht om hun aangekochte goederen terug te zenden als ze niet aan hun verwachtingen voldoen of beschadigd blijken bij aankomst. Een klantvriendelijk terugzendbeleid is niet alleen een juridische verplichting, maar ook een kans om aan klantenbinding te doen en toekomstige verkopen te stimuleren.

Denk daarom goed na hoe u dit concreet zal maken. Neem daarbij deze **vijf stappen** mee:

**STAP 1**  
**RETOURBELEID**

**STAP 2**  
**RETOURZENDINGEN**  
**VOORKOMEN**

**STAP 3**  
**BESTEMMING**  
**RETOURZENDINGEN**

**STAP 4**  
**PROCEDURE RETOURZEN-**  
**DINGEN NAAR BELGIË**

**STAP 5**  
**VERWERKING**  
**TERUGGEZONDEN GOEDEREN**

## STAP 1 RETOURBELEID

Twee derde van de consumenten die iets uit hun winkelmandje wissen, doen dat wegens een ongunstig terugzendingsbeleid. Stuw uw verkoopcijfers dus net omhoog met een goed – transparant en voordelig –retourbeleid. Ook uw merknaam vaart er goed bij.

Vier belangrijke aspecten om daarbij rekening mee te houden:

### 1. Bedenktijd

Bij een online b2c-verkoop in het VK bent u verplicht om uw verkochte goederen terug te nemen tot 14 dagen na de levering ('bedenktijd'). Dit is dezelfde termijn als binnen de EU. Sommige e-commerce-bedrijven bieden klanten een bedenktijd van 30 dagen of langer uit klantvriendelijkheid.

In tegenstelling tot verwacht, **daalt het aantal terugzendingen met een langere bedenktijd**. Dat komt omdat klanten de beslissing om een product terug te zenden als minder dringend zien en ook meer tijd hebben om zich aan het product te hechten.

### 2. Kosten van terugzending

Een retour komt met een stevig prijskaartje. Behalve als de goederen beschadigd zijn, kan u ervoor opteren om de terugzendingskosten bij uw klant te leggen.

Wees dan wel bereid om een deel van uw potentiële kopers te verliezen. Meestal kiezen e-commercebedrijven ervoor om te anticiperen op mogelijke terugzendingskosten en die (deels) te verrekenen in de verkoopprijs.

### 3. Moment van terugbetaling

Pas na 14 dagen nadat u de goederen opnieuw heeft ontvangen, bent u verplicht om de klant terug te betalen. Maar u bespaart de klant tijd en zorgen als u onmiddellijk na retour terugbetaalt. Het moment waarop uw klant het product inlevert op een lokaal postkantoor of 'drop-off'-locatie, bijvoorbeeld.

Op de schaal van klantvriendelijkheid scoort u dan punten. Wel loopt u het risico dat de klant het product toch heeft beschadigd zonder dat u dat al heeft kunnen vaststellen.



#### 4. Terugzendingsmodaliteiten

Communiceer op voorhand hoe de klant uw producten weer tot bij u kan krijgen en hoeveel dat kost. Zo kan u vragen dat de klant zelf uw producten terug inpakt en verstuurt, al zijn er opties die uw klant meer ontzorgen. Zorg er als eerste stap voor dat de klant het terugzendingsproces kan initiëren op uw platform. Het vervolg hangt af van de modaliteiten die u dan biedt.

Gangbaar is om uw klant te voorzien van een vooruitbetaald verzendlabel of een QR-code waarmee die het pakket kan afleveren op een 'drop-off'-punt. De verantwoordelijke daar scant bij ontvangst. Ook is mogelijk dat de koeriersdienst de goederen bij de klant thuis ophaalt.

Om uw terugzendingsmodaliteiten te concretiseren, zal u waarschijnlijk een koeriersdienst inschakelen. Via de integratie van zijn systeem op uw e-commerceplatform via een API kan dat retourproces automatisch verlopen.

#### TIP!

In ons draaiboek **Digitaliseer uw export naar het VK** vindt u hierover meer info en een overzicht van leveranciers.



## STAP 2 RETOURZENDINGEN VOORKOMEN

Klanten sturen producten terug om allerlei redenen, leer daaruit om terugzendingen te voorkomen:

REDEN TERUGZENDING	MOGELIJKE OPLOSSING
<b>Defecte of beschadigde producten</b>	Onderzoek waarom ze beschadigd/defect zijn bij levering. Misschien is de verpakking ongeschikt, of behandelt uw logistieke dienstverlener uw goederen niet met de juiste zorg. Dan kan u uw verpakkingsmethode aan te passen, uw logistieke dienstverlener verantwoordelijk stellen of vervangen.
<b>Verkeerde verwachtingen van klant</b>	Analyseer waar die verkeerde verwachting ontstond. Consumenten lezen niet altijd de beschrijvingen. Foto's, een scherpere belichting of een betere titel kunnen helpen om de klant juister te informeren. Zeker bij gespecialiseerde producten is een gedetailleerde beschrijving nodig.
<b>Slechte kwaliteit producten</b>	In dit geval moet u kritisch naar uw eigen goederen kijken. De klant zal meestal al verloren zijn, maar voor toekomstige klanten moet u de kwaliteit opvoeren of realistischere marketingbeloften communiceren.
<b>Klant bestelde te veel producten</b>	Helaas kampen vele e-commercebedrijven hiermee, vooral bij de verkoop van kledij en elektrische apparaten. Zelf kan u hier weinig aan doen, behalve de klanten de retourzending (deels) te laten betalen of (een deel van) de kosten op te vangen met een algemene prijsverhoging.
<b>Leveringsproblemen</b>	Hier komt het er vaak op aan om voldoende mogelijkheden te bieden, zoals de keuze voor een tijdslot of aflevering bij de burens als uw klant niet thuis is. Zorg dat u de juiste logistieke partner heeft gekozen. Tot slot kan een magazijn in de buurt van uw klanten een vlotte levering garanderen.

### TIP!

Met een Customer Relationship Management (CRM)-systeem onderhoudt en optimaliseert u uw klantenrelaties, waaronder ook de redenen van retourzendingen opvolgen en analyseren.





### STAP 3 BESTEMMING RETOURZENDINGEN

Nadat u heeft beslist onder welke voorwaarden een klant diens goederen kan terugsturen, dient u te bepalen waar u de teruggezonden goederen wenst te ontvangen. Het spreekt voor zich dat het retourproces een stuk gemakkelijker en goedkoper is wanneer uw producten niet opnieuw de grens oversteken vanuit het VK richting de EU. Dit vergt echter een verdere organisatie en coördinatie vanuit het VK. Het is dus begrijpelijk dat Vlaamse kmo's er vaak voor kiezen om de goederen terug tot in België te krijgen.

U kan er dus ook voor opteren om uw goederen, al dan niet na consolidatie in het VK, terug naar de initiële plaats van verzending te laten brengen, zoals uw magazijn of een centraal terugzendingscentrum van waaruit u deze goederen zal verwerken.



## STAP 4 PROCEDURE TERUGZENDINGEN NAAR BELGIË

Bepaal waar u de retourzendingen weer ontvangt. Als u alles correct doet, brengen retourzendingen op zich geen extra belastingen met zich mee. U kan zelfs de betaalde btw, douanerechten en accijnzen in het VK terugvorderen, mits u een aanvraag tot terugbetaling met het passende bewijs voorlegt aan de juiste autoriteiten.

Het terugvorderen van btw, douanerechten en accijnzen in het VK verloopt – net zoals de invoeraangifte – via de **Customs Declaration Service (CDS)**. Specifiek voor btw kan u dit ook gewoon aanpassen op uw btw-aangifte. Verder moet u eveneens het C285-formulier invullen, afdrukken en per post bezorgen aan HMRC (de Britse douane) op dit adres:

BT-NCH HM Revenue and Customs BX9 1GZ
---

In het formulier vult u het volgende in:

- uw contactgegevens en adres
- uw bankgegevens
- uw EORI-nummer
- MRN-nummer van de zending
- bedrag van de betaalde belastingen
- bedrag van de verschuldigde belastingen (=0)

Om te bewijzen dat u uw goederen eerst heeft ingevoerd en dat ze daarna weer het VK hebben verlaten, stuurt u kopieën van deze documenten mee met het C285-formulier:

- de invoeraangifte en mededeling van vrijgave, ter staving van de invoer in het VK-grondgebied
- de factuur, paklijst en (lucht)vrachtbrief als bewijs dat het om dezelfde goederen gaat

Bij de invoer van uw goederen in België zal u, mits toepassing van het regime terugkerende goederen, geen douanerechten moeten betalen bij binnenkomst in de EU. Wel moet u een aanvraag indienen bij de dienst aangeduid door de Administratie Operaties. Daar moet u ook volgend bewijsmateriaal voorleggen:

- Het bewijs dat de goederen toen definitief werden uitgevoerd. Dit kan o.a. met een exemplaar 3 van de uitvoeraangifte (of equivalente vereenvoudigde aangifte voor zendingen onder € 1.000 en 1.000 kg), dat u ook al voorhanden hield voor de vrijstelling van Belgische btw op de initiële verkoop.
- Het bewijs dat het om dezelfde goederen gaat. Dit kan u aantonen met de factuur, paklijst en (lucht)vrachtbrief.

## STAP 5 VERWERKING TERUGGEZONDEN GOEDEREN

Meestal ontvangt u teruggezonden goederen in dezelfde staat als waarin ze werden verkocht. Als u duidelijk de staat van de goederen aangeeft of herstelt – dat het niet om nieuwe goederen gaat – kan u die in principe opnieuw verkopen. Na de verwerking begint de cyclus dus opnieuw.

### CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: CRM-SYSTEMEN

Klantvriendelijkheid, een goede klantrelatie uitbouwen en onderhouden, proactief aan klantennoden tegemoetkomen ... Het is allemaal cruciaal, zeker in e-commerce. Voor het beheer van uw klantrelaties, de organisatie van klantbevragingen en andere klantgerelateerde functionaliteiten is er het **Customer Relationship Management (CRM)-systeem**.

De functionaliteiten van zo'n tool zijn erg uiteenlopend, waardoor een CRM kan dienen als klantgerichte dienst én als salestool. Er bestaan **drie soorten CRM-systemen**:

- Een **collaboratieve CRM**: systeem waarin u alle klanteninformatie kan bewaren en raadplegen. Het is een 'single source of truth', waardoor verschillende afdelingen altijd toegang hebben tot het volledige en meest recente klantendossier. Zo is iedereen op de hoogte en moet de klant niet telkens zijn traject uitleggen bij een vraag..
- Een **operationele CRM**: gaat nog een stap verder en staat u ook actief bij tijdens de hele levenscyclus van uw klant. De operationele CRM zal eerst de cyclus met de verschillende contactpunten visualiseren, waardoor het makkelijker wordt om eventuele obstakels op te sporen. Ook kan dit systeem verschillende stappen automatiseren bij marketing, verkoop en klantencontact.
- Een **analytische CRM**: speurt op basis van uw verzamelde klanteninformatie bepaalde trends op in het klantengedrag. Zo kan u uw klantenstrategie bijsturen of uw bedrijfsvoering aanpassen om bijvoorbeeld retourzendingen te voorkomen.

Soms hebben ERP-aanbieders ook een CRM-applicatie, maar dit zijn de **9 meest courante en beste standalone CRM-softwareplatformen** (volgens [Zendesk](#)):

<b>AANBIEDER</b>	
<a href="#"><u>Zendesk Sell</u></a>	<a href="#"><u>Insightly</u></a>
<a href="#"><u>HubSpot</u></a>	<a href="#"><u>Salesforce</u></a>
<a href="#"><u>Less Annoying</u></a>	<a href="#"><u>Copper</u></a>
<a href="#"><u>Sales Creatio</u></a>	<a href="#"><u>Zoho</u></a>
<a href="#"><u>Apptivo</u></a>	

## TIP!

Vraag om een demo bij een aantal CRM-aanbieders, hun klantencontact zou alleszins vlot moeten verlopen.



# SUPPORT NODIG? DOE EEN BEROEP OP DE DIENSTEN VAN FIT!

De e-commercesector in Vlaanderen is nog in volle groei. Onze regio telt potentieel ontzettend veel kmo's die onze producten en goederen mee op de kaart kunnen zetten. Om hen te helpen, biedt FIT **gratis diensten in zowat elke stap van het proces**.

Dat gaat van advies op maat en begeleiding tot u in contact brengen met e-commerce-spelers in zowel Vlaanderen als in het VK. Ook hebben we specifiek in de context van handel met het VK en e-commerce enkele relevante webinars die u op weg helpen.

Bovendien publiceren we regelmatig landenstudies die deel uitmaken van een breder, internationaler e-commercelandschap. Tot slot kan u onder voorwaarden subsidies genieten voor het opzetten van een website, sociale media enzovoort.

## **Wil u graag meer info of bent u klaar voor een samenwerking?**

We helpen u graag! Laat het ons weten via ons interactieve vragenformulier. Met een account op onze website bewaart u trouwens een overzicht van al uw vragen.

**Tot slot wensen we u veel succes met uw e-commerceactiviteiten in het VK!**

# BIJLAGE A

## AANBIEDERS ONDERSTEUNING BIJ WEBSITE OPZETTEN

BEDRIJF	PRIJZEN	SAAS/OPEN SOURCE	MOBIELE APPLICATIE
<a href="#">Wix</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 13,62 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Squarespace</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 12,95 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Weebly</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 7,49 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">WordPress</a>	Gratis, maar hosting en betaalde plugins vereist	Open source	Ja
<a href="#">Jimbo</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 11,99 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Webnode</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 12,95 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Shopify</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 29 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Joomla</a>	Gratis, maar hosting en betaalde extensies vereist	Open source	Ja
<a href="#">Drupal</a>	Gratis, maar hosting en betaalde modules vereist	Open source	Ja
<a href="#">Prestashop</a>	Gratis, maar hosting en betaalde extensies vereist	Open source	Ja
<a href="#">Ecwid</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 15 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">BigCommerce</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 29,95 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">WooCommerce</a>	Gratis, maar hosting en WordPress vereist	Open source	Ja
<a href="#">Volusion</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 15 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Shift4Shop</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 29 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Opencart</a>	Gratis, maar hosting en betaalde extensies vereist	Open source	Ja
<a href="#">GoDaddy</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 19,99 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Magento</a>	Gratis, maar hosting en betaalde extensies vereist	Open source	Ja
<a href="#">EKM</a>	Gratis proefperiode, betaalde plannen vanaf € 29 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">BigCartel</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf €9,99 per maand	SaaS	Ja
<a href="#">Selffy</a>	Gratis basisplan, betaalde plannen vanaf € 19 per maand	SaaS	Ja

# BIJLAGE B

## BETALINGSPROVIDERS

BEDRIJF	PRIJZEN	SAAS/OPEN SOURCE	MOBIELE APPLICATIE
<a href="#">Paypal</a>	Online en mobiel betalen	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Nuvei</a>	Online en mobiel betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Stripe</a>	Online en mobiel betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Venmo</a>	Peer-to-peerbetalingen, mobiel betalen	Transactiekosten	Mobile app
<a href="#">Amazon Pay</a>	Online en mobiel betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Payoneer</a>	Internationale betalingen, b2b	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Klarna</a>	Achteraf betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Adyen</a>	Online en mobiel betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Shopify Payments</a>	Online betalingen voor Shopify-winkels	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Apple Pay</a>	Mobiel betalen	Transactiekosten	Mobile app
<a href="#">Braintree Payments</a>	Online en mobiel betalen, omnichannel	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Skrill</a>	Online en mobiel betalen, internationale betalingen	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Verifone</a>	POS-betalingen, offline betalingen	Transactiekosten	Hardware
<a href="#">Authorize.net</a>	Online en mobiel betalen, POS-betalingen	Transactiekosten	SaaS
<a href="#">Square</a>	POS-betalingen, mobiel betalen	Transactiekosten	Hardware



# BIJLAGE C

## AANBIEDERS SOCIALE MEDIA

BEDRIJF	PRIJZEN	SAAS/OPEN SOURCE	MOBIELE APPLICATIE
<a href="#">Facebook</a>	Sociaal netwerk, vrienden en familie	Facebook Business Suite	Vanaf € 9,99 per maand
<a href="#">Youtube</a>	Videoplatform, entertainment en nieuws	YouTube Business	Vanaf € 7,99 per maand
<a href="#">Whatsapp</a>	Instant messaging, privéberichten	WhatsApp Business	Gratis
<a href="#">Instagram</a>	Foto- en videoplatform, lifestyle	Instagram Business	Vanaf € 7,99 per maand
<a href="#">TikTok</a>	Videoplatform, korte video's	TikTok Business	Vanaf € 5,99 per maand
<a href="#">Telegram</a>	Instant messaging, groepschats	Telegram Business	Gratis
<a href="#">Snapchat</a>	Instant messaging, foto's en video's	Snapchat Business	Vanaf € 9,99 per maand
<a href="#">X (voormalig Twitter)</a>	Microblog, nieuws en opinies	Twitter Business	Vanaf € 9,99 per maand
<a href="#">Pinterest</a>	Afbeeldingsplatform, inspiratie	Pinterest Business	Vanaf € 9,99 per maand
<a href="#">Reddit</a>	Forum, discussies	Reddit Premium	Vanaf € 6,99 per maand
<a href="#">LinkedIn</a>	Professioneel netwerk, carrière	LinkedIn Sales Navigator	Vanaf € 29,99 per maand
<a href="#">Quora</a>	Vraag- en antwoordplatform, kennisdeling	Quora Business	Vanaf € 19,99 per maand
<a href="#">Discord</a>	VoIP-chat, gaming	Discord Nitro	Vanaf € 9,99 per maand
<a href="#">Twitch</a>	Livestreaming, gaming	Twitch Turbo	Vanaf € 8,99 per maand
<a href="#">Tumblr</a>	Microblog, persoonlijke blogs	Tumblr Pro	Vanaf € 9,99 per maand

# BIJLAGE D

## DOUANEAGENTEN IN E-COMMERCE

### In België

BEDRIJF	FOCUS
<a href="#">Kuehne + Nagel Belgium</a>	Breed scala aan logistiek diensten, waaronder transport, opslag, distributie en douane-afhandeling
<a href="#">DHL Global Forwarding Belgium</a>	Breed scala aan logistieke diensten, waaronder transport, opslag, distributie en douane-afhandeling
<a href="#">Expeditors Belgium</a>	Breed scala aan transport- en douanediensten
<a href="#">CEVA Logistics Belgium</a>	Breed scala aan logistieke diensten, waaronder transport, opslag, distributie en douane-afhandeling
<a href="#">FedEx Trade Networks Belgium</a>	Douanediensten aan bedrijven die internationaal handeldrijven
<a href="#">VCI Customs Brokers</a>	Onafhankelijke douane-expediteur

## In het VK

BEDRIJF	FOCUS
<u>Customs Link</u>	Totaalpakket aan douanediensden, waaronder import, export, transit en warehousing
<u>Expeditors</u>	Breed scala aan transport- en douanediensden
<u>Deringer</u>	Douanediensden aan de Europese voedingsmiddelen- en drankenindustrie
<u>Kuehne + Nagel</u>	Breed scala aan logistieke diensden
<u>Schenker Limited</u>	Breed scala aan logistieke diensden
<u>FedEx Trade networks</u>	Douanediensden aan bedrijven die internationaal handeldrijven
<u>UPS Customs Brokerage UK</u>	Douanediensden aan bedrijven die internationaal handeldrijven
<u>DHL Customs Brokerage UK</u>	Douanediensden aan bedrijven die internationaal handeldrijven
<u>Flexport</u>	Vereenvoudiging van internationale handel, waaronder douane-afhandeling, transport, opslag en financiering



# BIJLAGE E

## KOERIERSDIENSTEN IN HET VK

### In het VK

KOERIERSDIENST	STANDAARD	EXPRES
<u>Royal Mail</u>	€ 12,45 (2 kg), € 15,50 (5 kg), € 18,55 (10 kg)	€ 21,95 (2 kg), € 26,95 (5 kg), € 31,95 (10 kg)
<u>Hermes</u>	€ 12,99 (2 kg), € 14,99 (5 kg), € 16,99 (10 kg)	€ 24,99 (2 kg), € 26,99 (5 kg), € 28,99 (10 kg)
<u>DPD UK</u>	€ 13,99 (2 kg), € 16,99 (5 kg), € 19,99 (10 kg)	€ 25,99 (2 kg), € 28,99 (5 kg), € 31,99 (10 kg)
<u>ParcelForce Worldwide</u>	€ 22,99 (2 kg), € 25,99 (5 kg), € 28,99 (10 kg)	€ 26,99 (2 kg), € 29,99 (5 kg), € 32,99 (10 kg)
<u>DHL e-commerce</u>	€ 12,45 (2 kg), € 15,50 (5 kg), € 18,55 (10 kg)	€ 21,95 (2 kg), € 26,95 (5 kg), € 31,95 (10 kg)
<u>UPS</u>	€ 13,99 (2 kg), € 16,99 (5 kg), € 19,99 (10 kg)	€ 25,99 (2 kg), € 28,99 (5 kg), € 31,99 (10 kg)
<u>Yodel</u>	€ 12,99 (2 kg), € 14,99 (5 kg), € 16,99 (10 kg)	€ 24,99 (2 kg), € 26,99 (5 kg), € 28,99 (10 kg)
<u>FedEx</u>	€ 13,99 (2 kg), € 16,99 (5 kg), € 19,99 (10 kg)	€ 25,99 (2 kg), € 28,99 (5 kg), € 31,99 (10 kg)
<u>Whistl</u>	€ 12,99 (2 kg), € 14,99 (5 kg), € 16,99 (10 kg)	€ 24,99 (2 kg), € 26,99 (5 kg), € 28,99 (10 kg)
<u>DX</u>	€ 12,99 (2 kg), € 14,99 (5 kg), € 16,99 (10 kg)	€ 24,99 (2 kg), € 26,99 (5 kg), € 28,99 (10 kg)

# BIJLAGE F

## AANBIEDERS WEBSHOPS

ONLINE WEBSHOPS	FOCUS
<a href="#">Amazon UK</a>	Alles, van elektronica over boeken tot kleding
<a href="#">eBay UK</a>	Tweedehands en nieuwe producten
<a href="#">Etsy</a>	Handgemaakte en vintage producten
<a href="#">Argos</a>	Elektronica, huishoudelijke apparaten en speelgoed
<a href="#">Next UK</a>	Kleding, schoenen en woonaccessoires
<a href="#">Tesco</a>	Voeding, huishoudelijke artikelen en kleding
<a href="#">Temu UK</a>	Eten en drinken
<a href="#">Marks&amp;Spencer</a>	Kleding, schoenen, huishoudelijke artikelen en eten
<a href="#">Screwfix</a>	Bouwmaterialen en gereedschap
<a href="#">Boots</a>	Zorgproducten, zoals medicijnen, cosmetica en parfums
<a href="#">Shein</a>	Kleding, schoenen en accessoires
<a href="#">Dunel</a>	Huishoudelijke artikelen, zoals meubels, beddengoed en verlichting
<a href="#">Hotukdeals</a>	Kortingen en aanbiedingen
<a href="#">John Lewis</a>	Kleding, schoenen, woonaccessoires en elektronica
<a href="#">Alibaba</a>	Alles, van elektronica over kleding tot auto's
<a href="#">Zalando</a>	Kleding, schoenen en accessoires
<a href="#">Wayfair</a>	Meubels, beddengoed, verlichting en decoratie
<a href="#">OnBuy</a>	Alles, van elektronica over kleding tot voeding

# BIJLAGE G

## (E)FULFILMENT CENTRA

### In het VK

BEDRIJF	FOCUS
<a href="#">DPD e-commerce fulfilment</a>	E-commerce-fulfilmentdiensten aan bedrijven van alle groottes, inclusief orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer.
<a href="#">XPO Logistics</a>	Uitgebreid pakket e-commerce-fulfilmentdiensten, waaronder warehousing, voorraadbeheer, orderafhandeling en transport.
<a href="#">Whistl</a>	Gespecialiseerd in e-commerce fulfilment voor kleine en middelgrote bedrijven, met diensten zoals orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer.
<a href="#">James and James eCommerce fulfilment</a>	Gericht op het leveren van e-commerce-fulfilmentdiensten van hoge kwaliteit en persoonlijke service voor bedrijven van alle groottes, met een sterke nadruk op klanttevredenheid.
<a href="#">Parcelhub</a>	Toonaangevende aanbieder van e-commerce-fulfilmentoplossingen voor bedrijven in het VK, met een breed scala aan diensten om het volledige fulfilmentproces te ondersteunen.
<a href="#">Huboo</a>	Technologisch gedreven e-commerce-fulfilmentaanbieder, die gebruikmaakt van automatisering en datainzichten om fulfilmentprocessen te optimaliseren voor bedrijven van alle groottes.
<a href="#">Fulfilmentcrowd</a>	Wereldwijde e-commerce-fulfilmentaanbieder met een netwerk van fulfilmentcentra over de hele wereld, met een breed scala aan diensten op maat voor de specifieke behoeften van elke klant.
<a href="#">Amazon</a>	Uitgebreide e-commerce-fulfilmentoplossing via de Fulfillment by Amazon (FBA)-service, met warehousing, orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer voor Amazon-verkopers.

## In België

BEDRIJF	FOCUS
<a href="#">Proximus Logistics</a>	Breed scala aan logistieke diensten, waaronder e-commerce fulfilment, aan bedrijven van alle groottes.
<a href="#">WDP E-logistics</a>	Geïntegreerde oplossing voor e-commerce fulfilment, waaronder warehousing, orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer.
<a href="#">Active Ants</a>	E-commerce-fulfilmentdiensten aan kleine en middelgrote bedrijven, met sterke nadruk op klanttevredenheid.
<a href="#">Katoen Natie E-fulfilment</a>	Breed scala aan e-commerce-fulfilmentdiensten, waaronder warehousing, orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer.
<a href="#">SendCloud</a>	Eenvoudige en betaalbare oplossing voor e-commerce fulfilment, met focus op kleine en middelgrote bedrijven.
<a href="#">eFulfilment Europe</a>	Geïntegreerde oplossing voor e-commerce fulfilment, waaronder warehousing, orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer.
<a href="#">XPO Logistics</a>	Breed scala aan logistieke diensten, waaronder e-commerce fulfilment, aan bedrijven van alle groottes.
<a href="#">Zalando Fulfilment Solutions</a>	E-commerce-fulfilmentdiensten aan Zalando-verkopers, met focus op efficiëntie en betrouwbaarheid.
<a href="#">DHL Supply Chain</a>	Breed scala aan logistieke diensten, waaronder e-commerce fulfilment, aan bedrijven van alle groottes.
<a href="#">Amazon</a>	Uitgebreide e-commerce-fulfilmentoplossing via de Fulfillment by Amazon (FBA) -service, met warehousing, orderverwerking, picking en packing, verzending en retourbeheer voor Amazon-verkopers.
<a href="#">Huboo</a>	Technologisch gedreven e-commerce-fulfilmentaanbieder, die gebruikmaakt van automatisering en datainzichten om fulfilmentprocessen te optimaliseren voor bedrijven van alle groottes.



# BIJLAGE H

## TOELICHTING BIJ VEREISTE DOUANEFORMALITEITEN

### EORI-NUMMER

Als u de rol van exporteur tegenover de Belgische douane op u neemt, moet u een **Economisch Operatoren Registratie- en Identificatienummer (EORI-nummer)** hebben. U vraagt dit aan bij de Belgische douaneautoriteiten. Dit nummer dient om uw bedrijf te identificeren in uw contact met de douane, onder meer op de aangifte. Werkt u met een broker (expediteur), dan hebben zij dit nummer van u nodig.

Moet u als verkoper ook zelf de invoerformaliteiten in het VK vervullen (bv. als u onder de Incoterm® DDP exporteert, dan heeft u eveneens een **Brits EORI-nummer** nodig om goederen te importeren in Engeland, Wales of Schotland. Begint uw huidige Britse EORI-nummer niet met GB, dan moet u een nieuw nummer aanvragen. De aanvraag verloopt via het platform van de Britse douane. Doe dat ruim op tijd, want de aanvraagprocedure kan enige tijd in beslag nemen.

### GOEDERENCODE

Wellicht heeft u uw eigen methode om uw goederen uit elkaar te houden of een code waarmee u de goederen aanbiedt op uw website. Deze verschilt doorgaans van een **algemene goederencode**, de manier waarop partijen – inclusief de douane – uw goederen **administratief identificeren**. Op basis daarvan wordt het invoer-

tarief (de zogenaamde douanerechten) bepaald. Ook wordt zo beslist of er nog andere tarifaire (vb. accijnzen) en niet-tarifaire maatregelen (vb. handelssancties) gelden.

Doorgaans geeft de verkoper deze goederencode door aan de andere partijen in het logistieke proces, zoals douaneagenten. Dat kan, bijvoorbeeld, door de code op de uitvoerfactuur op te nemen. Als verkoper krijgt u de goederencode van de producent van uw goederen. Bent u zelf eveneens de producent, dan verwijzen we u graag naar ons draaiboek Exporteren naar het VK.

### OORSPRONG

Oorsprong gaat over de **economische nationaliteit** van de goederen en over hun eventuele **preferentiële (in ons geval: EU-)status**. De economische oorsprong ('niet-preferentiële oorsprong') telt om te bepalen of er handelsmaatregelen, zoals embargo's, van toepassing zijn op die goederen.

**Goed nieuws voor wie in de EU-gemaakte goederen wil verkopen in het VK!** Het handels- en samenwerkingsverdrag tussen de EU en het VK maakt preferentiële tariefbehandeling mogelijk, waardoor u goederen **tegen een lager of nultarief kan invoeren** in het VK. Maar **alleen voor goederen van voldoende EU-**

**preferentiële status**. Om dat te claimen, zijn productspecifieke en andere regels vastgelegd in dat akkoord. Het is doorgaans de verkoper die deze status moet vaststellen, op basis van informatie van de producent. Eveneens is het de verkoper die de status – meestal via een vermelding op de exportfactuur – meedeelt aan de importerende partij. In nauw verbonden ondernemingen kan de koper/importeur dit zelf doen op basis van de door de verkoper aangeleverde info, maar dit zijn eerder uitzonderingen.

Voor het bewijs van preferentiële oorsprong in de handel tussen de EU en het VK geldt het principe van zelf-certificering. U legt dus een zelfopgestelde verklaring neer. Is uw zendingprijs hoger dan € 6.000, dan moet u zich vooraf registreren als geregistreerd exporteur (REX).

Kortom: als de invoerrechten wegvallen, heeft u een **concurrentieel voordeel**. Verkoopt u onder de Incoterm® DDP, dan wint u kosten die u niet hoeft door te rekenen aan de klant. Vraag dus zeker aan uw producent of er preferentiële status kan worden geclaimd of breng dat als producent zelf in orde.

## PRODUCTSPECIFIEKE VEREISTEN EN UITVOERBEPERKINGEN

Bij uitvoer van de EU naar het VK moet u rekening houden met controles op kwaliteit en productstandaarden. Zo wil de Britse douane voorkomen dat besmet voedsel of gevaarlijke producten het VK-grondgebied binnenkomen. Ook kan de EU bepaalde restricties opleggen rond de verkoop van uw goederen aan buitenlandse partijen, bijvoorbeeld om te verhinderen dat deze goederen het militaire apparaat van buitenlandse overheden dienen. De douane zal hier als eerstelijnsdienst zowel langs export- als importzijde een controlerende rol opnemen. Vaak kan u vertrouwen op uw expediteur om te voldoen aan deze regels. Neemt u zelf de douaneformaliteiten op, dan verwijzen we u graag naar ons draaiboek [Exporteren naar het VK](#).

## VEILIGHEIDSCERTIFICERING IN HET VK: CE- EN UKCA-MARKERING

De CE-markering staat binnen de EU garant voor een hoge graad van veiligheids-, gezondheids- en klimaatbeschermingsvoorwaarden van (vooral) consumentenproducten. Op 1 augustus 2023 werd het plan aangekondigd om de CE-markering voor onbepaalde duur te verlengen. Voorlopig kan u dus de meeste producten met een CE-markering nog op de Britse markt plaatsen zonder aanvullende UKCA-markering. Het is evenwel raadzaam

om de evolutie en publicaties verder op te volgen. Voor bouwmaterialen, bijvoorbeeld, wordt de UKCA-markering verplicht vanaf 30 juni 2025. Maar voor de meeste andere producten staat er voorlopig geen einddatum op het gebruik van enkel de CE-markering.

Met de Britse conformiteitsbeoordeling *UK Conformity Assessed (UKCA)* toont u dat uw product voldoet aan de Britse wetgeving ter bescherming van de consument. Een UKCA-keurmerk is verplicht voor producten die:

- verkocht worden in Engeland, Schotland of Wales (niet in Noord-Ierland);
- gereguleerd worden door de UKCA-reglementering.

Voor sommige producten is een conformiteitsbeoordeling door derden verplicht, voor andere volstaat een eigen verklaring van overeenstemming. Enkel de fabrikant of zijn vertegenwoordiger mag een UKCA-merkteken aanbrengen en draagt hiermee de volledige verantwoordelijkheid voor de conformiteit.

*Productspecifieke eisen (technical requirements of essential requirements)* verschillen van product tot product. Conformiteit hiermee kan ook worden aangetoond via [Designated Standards](#). Lees er alles over op [www.gov.uk/guidance/designated-standards](http://www.gov.uk/guidance/designated-standards).

## TIP!

Bekijk de lijst van instanties die een conformiteitsbeoordeling mogen uitvoeren via de [website van de Britse overheid](#). Op de [website van de Europese Commissie](#) kan het CE-label worden gedownload. In de praktijk zal uw producent ervoor zorgen dat de producten dit hebben, maar een extra check kan nooit kwaad.

## VEELGESTELDE VRAGEN OVER UKCA

### Hoe verschilt UKCA van CE?

In grote lijnen komt UKCA overeen met de CE-markering:

- *Productdekking*: de meeste producten die onder de Europese CE-regelgeving en -richtlijnen vallen, zijn ook onderworpen aan de UKCA (Opvallende uitzondering: aerosolproducten).
- *Conformiteitsnormen*: veel Designated standards zijn afgestemd op de geharmoniseerde EU-normen, maar kijk toch altijd de productspecifieke regels na op afwijkingen.
- *Conformiteitsverklaring*: de Britse verklaring vertoont kleine verschillen met de Europese.

### Wat met de etiketteringsvereisten?

De Britse overheid legt op waar u het UKCA-keurmerk precies moet aanbrengen: op het product zelf, de verpakking, de handleiding ... De gedetailleerde info leest u op [www.gov.uk/guidance/using-the-ukca-marking](http://www.gov.uk/guidance/using-the-ukca-marking).

## BTW

Bij de volledige btw-afhandeling tellen de Belgische én Britse btw.

### Aan de uitvoerzijde van België naar het VK

U moet in principe geen Belgische btw aanrekenen op uw goederen. Daarvoor moet u wel bewijzen dat uw goederen het EU-grondgebied hebben verlaten. Met het exemplaar 3 van de aangifte ten uitvoer (kopie van uw douaneaangifte na bevestiging dat uw goederen het grondgebied hebben verlaten) dat u krijgt van uw expediteur of douaneagent, kan dat. Zorg ervoor dat u met uw btw-nummer vermeld staat op de uitvoeraangifte om de vrijstelling te genieten. U of uw expediteur/douaneagent vermeldt dit in vak 44 van de uitvoeraangifte. Wordt geen of een alternatieve uitvoeraangifte opgemaakt – bij zendingen met geringe waarde – dan moet u een bewijs voorzien.

### Aan de invoerzijde in het VK

Als Vlaamse verkoper via een online platform in het VK neemt u hier doorgaans ook de formaliteiten en lasten voor uw rekening (bv. bij DDP-leveringen). Verkoopt u via uw eigen e-commerceplatform, dan bent u altijd verantwoordelijk voor de btw-afhandeling bij de verkoop aan particulieren (b2c). Bij een b2b-transactie kunnen u en uw klant onderling overeenkomen wie de verantwoordelijkheid draagt. Bij zendingen met een waarde van £ 135 of lager moet uw b2b-klant de btw afhandelen als hij zijn btw-nummer doorgeeft. Daarnaast moet u op de factuur duidelijk maken dat de klant verantwoordelijk is voor de btw-afhandeling met een reverse charge. Noteer bijvoorbeeld 'reverse charge: customer to account for VAT to HMRC'.

## OPGELET: WAARDE VAN DE ZENDING

Met de waarde van de zending bedoelt de Britse fiscus de waarde van het totale pakket, niet de waarde van de individuele items in het pakket.

Bovendien is de waarde bepaald volgens deze formule:

**waarde = verkoopprijs – transport- en verzekeringskosten  
– btw en andere identificeerbare belastingen**

Opdat u de transport- en verzekeringskosten kan aftrekken van de verkoopprijs moet u die afzonderlijk vermelden op de factuur.

Bij verkoop aan particulieren zal u voor de meeste transacties naar het VK verantwoordelijk zijn voor de btw-afhandeling. In ieder geval moet u over een **Brits btw-nummer** beschikken, u registreert zich hiervoor op de [website van HMRC](#).

### Wanneer betaalt u de btw?

In principe betaalt u de btw aan de douane **op het moment van invoer**, maar dat hangt af van de waarde van uw zending:

- Bij een zending met een waarde van **£ 135 of lager** betaalt u geen btw bij invoer, maar op het moment van de verkoop via de normale btw-aangifte.
- Bij een zending met een waarde van **£ 135 of hoger** betaalt u btw aan de grens voor elke aparte zending. Dan biedt het VK u de kans om uw invoer-btw te verleggen naar uw lokale btw-aangifte, zodat u deze op een later moment met andere Britse btw-schulden of -eisen kan verrekenen en vereffenen. Dit systeem heet postponed VAT accounting. U moet dus niet voor elke afzonderlijke invoerzending btw betalen, maar dient een periodieke – driemaandelijke of jaarlijkse – btw-aangifte in. Meer info vindt u op de [website van HMRC](#), waar u ook ontdekt hoe u [uw online account aanmaakt](#) en [effectief betaalt](#).

### ACCIJNZEN

**Aan de uitvoerzijde** loopt de behandeling van uw accijnsgoederen grotendeels gelijk met die van uw btw-plichtige goederen. Nadat u heeft bewezen dat de goederen het grondgebied hebben verlaten, zal de AAD&A u vrijstellen van betaling of de reeds betaalde accijnsrechten in bepaalde gevallen zelfs terugbetalen. U levert het bewijs met uw uitvoeraangifte in het [Excise Movement Control System \(EMCS\)](#).

**Aan de invoerzijde** gaat u eerst na of uw goederen ook als accijnsgoederen worden beschouwd in het VK. Dat kan op de [website van HRMC](#). Is het antwoord ja, dan betaalt u in principe uw accijnsrechten aan de grens, via de invoeraangifte. Maar u kan ook uw accijnsgoederen verplaatsen onder een accijnsschorsingsregime. Schakel daarvoor een geregistreerd consignor in die uw goederen in het UK EMCS kan registreren en de accijnsverantwoordelijkheid voor het vervoer van de accijnsgoederen op zich neemt. Onder bepaalde voorwaarden kan u ervoor kiezen om zelf als geregistreerd consignor op te treden. Hoe u zich hiervoor registreert, vindt u terug op de [website van HRMC](#).



# BIJLAGE I

## SECTORFEDERATIES

### SECTORFEDERATIES IN BELGIË

Net zoals andere sectoren in ons land, worden ook e-commercespelers vertegenwoordigd door een sectorfederatie.

Concreet gaat het om een partnerschap tussen Becom en SafeShops die samen de belangen van de e-commerce sector vertegenwoordigen en bewaken.



Op hun website vindt u veel nuttige informatie over e-commerce. Bovendien kan u zich aansluiten om op de hoogte te blijven van de laatste stand van zaken.

### Digital industries | Agoria

Agoria beoogt de verdere digitalisering van bedrijven, inclusief de e-commercesector. Dit doen ze vooral door bedrijven te informeren over de meest recente technologische ontwikkelingen die relevant kunnen zijn voor hun leden. Daarbij leggen ze de focus op de introductie en implementatie van AI, 5G, IoT en het groeiende belang van cybersecurity.

**.AGORIA**

### UBA - United Brands Association - United Brands Association (ubabelgium.be)

UBA is een Belgische vereniging die de belangen van merkenbouwers vertegenwoordigt. Samen met hun experts en stakeholders bieden ze een uniek netwerk dat u helpt om uw merk uit te bouwen. Daarnaast krijgt u toegang tot een uitgebreid aanbod aan opleidingen, netwerken op hoog niveau en gespecialiseerde expertise.



### Federatie van Webbedrijven - FeWeb

Ook FeWeb vertegenwoordigt de belangen van digitale dienstverleners, via promotie van de sector en bevorderen van de kwaliteit ervan. FeWeb-leden bestaan uit kleine en grote bedrijven, zelfstandigen en freelancers. Leden wisselen ervaring en kennis uit over onder meer ontwikkeling en optimalisering in e-commerce, marketing en juridisch advies.



### Ecommerce Europe

Er bestaan niet enkel op nationaal niveau federaties die de belangen van digitale dienstverleners behartigen, maar ook op Europees niveau. Zo vertegenwoordigt Ecommerce Europe bedrijven die aan online handel van goederen of diensten doen. De federatie werkt op Europees niveau om de lidstaten een beter wetgevend kader te helpen creëren voor online dienstverleners met als einddoel hun zaak te bevorderen.



## SECTORFEDERATIES IN HET VK

Ook in het VK zijn er sectorfederaties actief die mogelijk relevant zijn voor uw bedrijf. Concreet gaat het om The Association for Contract Manufacturing, packing, Fulfilment & Logistics (BCMPA), The British International Freight Association (BIFA), techUK en The National Federation of Self Employed & Small Businesses (FSB).

 **BCMPA:** een van de grootste sectorfederaties in het VK die de belangen vertegenwoordigt van logistieke spelers actief in productie, verpakking, e-commerce fulfilment enzovoort.



**BIFA:** vertegenwoordigt vooral logistieke spelers in elke sectie van de transportsector. Hier vindt u een aanzienlijke databank met potentiële partners voor het transport van en naar het VK. Daarnaast biedt BIFA ook trainingen aan rond douane en transport.

 **TechUK:** brengt mensen, bedrijven en organisaties samen om digitale technologie te ontwikkelen. Het is een netwerk voor innovatie en samenwerking tussen het bedrijfsleven, de overheid en andere stakeholders om de positieve resultaten van digitale technologie te promoten.



**FSB:** zet zich vooral in voor kmo's uit het VK die de stap willen zetten naar e-commerce. Ook voor u bevat hun website een schat aan informatie. Zo is er een segment toegewijd aan het opzetten van een e-commercebusiness in het VK.

## E-commerce Scotland



E-commerce Scotland is een eendaagse bijeenkomst die één keer per jaar plaatsvindt in Glasgow. De meest ambitieuze merken en handelaars tekenen er present om te leren en informeren over best practices in e-commerce.

## British Retail Consortium



Het British Retail Consortium is een brancheorganisatie voor detailhandelaren. Het team levert diensten op maat. Uw bedrijfsgrootte en Britse omzet bepalen de prijs van het lidmaatschap.

## UK Digital Business Association (UKDBA)



De UK Digital Business Association (UKDBA) is een handelsvereniging die de belangen van Britse online bedrijven vertegenwoordigt. De leden zijn retailmerken die ontstaan zijn in het VK. Centraal staat de alomax veranderende consumentenbelangen en -gewoontes in de Britse e-commercemarkt.

## Interactive Media in Retail Group (IMRG)



IMRG is een e-commercehandelsorganisatie die zich focust merken en handelaars in de online verkoop die hun prestaties willen vergroten en optimaliseren. Naast het verlenen van market performance data en diepere inzichten, hebben ze toegang tot een grote gemeenschap van e-commerceprofessionelen en stimuleren ze langdurige samenwerkingen.

# AFKORTINGEN

AAD&A	Algemene Administratie der Douane & Accijnzen	•	GDPR	General Data Protection Regulation
AGV	Automated Guided Vehicles	•	HS	Harmonized System
API	Application Programming Interface	•	IaaS	Infrastructure as a Service
AVG	Algemene Verordening Gegevensbescherming	•	IT	Information Technology
BCMPA	The Association for Contract Manufacturing, Packing, Fulfilment & Logistics	•	OMP	Online Market Place
BIFA	The British International Freight Association	•	OMS	Order Management System
BTOM	Border Target Operating Model	•	PaaS	Platform as a Service
Btw	Belasting op toegevoegde waarde	•	SaaS	Software as a Service
CE	Conformité Européenne	•	SRDS	Super Reduced Data Set
CRM	Customer Relationship Management	•	T&T	Track & Trace
DAP	Delivered At Place	•	VAT	Value Added Tax
DDP	Delivery Duty Paid	•	VK	Verenigd Koninkrijk
EORI	Economic Operators Registration and Identification	•	VR	Virtual Reality
EMCS	Excise Movement Control System	•	WMS	Warehouse Management System
EU	Europese Unie	•	WTO	World Trade Organisation
FAQ	Frequently Asked Questions	•		
FIT	Flanders Investment & Trade	•		
FSB	The National Federation of Self Employed & Small Businesses	•		

## EEN PUBLICATIE VAN FLANDERS INVESTMENT & TRADE

Internationaal ondernemen is altijd een beetje reizen. Zeker als uw plannen en ambities tot buiten de EU reiken.

Onze binnen- en buitenlandse teams bij Flanders Investment & Trade (FIT) helpen u graag op weg – letterlijk en figuurlijk!

FLANDERS  
INVESTMENT  
& TRADE



Vlaanderen  
is internationaal  
ondernemen

## IN SAMENWERKING MET DELOITTE

De inhoud van deze publicatie kwam tot stand in partnerschap met Deloitte.

Deloitte heeft meer dan 5.900 medewerkers en 11 kantoren in België en is daarmee de grootste organisatie van het land op het gebied van audits, accounting, juridisch en fiscaal advies, consultancy, financieel advies en risicoadvies. Met haar diensten helpt de organisatie zowel de grootste nationale en internationale bedrijven als kmo's, overheden en non-profitorganisaties vooruit.

Deloitte Belgium BV is de Belgische dochteronderneming van Deloitte NSE LLP, een bedrijf dat aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited en dat bij de professionele diensten en adviezen die het verstrekt steevast op de hoogste kwaliteit mikt. De diensten zijn gebaseerd op een wereldwijde strategie die meer dan 150 landen bestrijkt.

**Deloitte.**



# FLANDERS INVESTMENT & TRADE (FIT)

FIT helpt uw onderneming internationaal te groeien, zowel vanuit als in Vlaanderen.  
Dat doen we vanuit onze hoofdzetel in Brussel en onze ruim 70 kantoren wereldwijd.

## CONTACT

Flanders Investment & Trade  
Koning Albert II-laan 37  
1030 Brussel - België

+32 2 504 87 11

[info@fitagency.be](mailto:info@fitagency.be)

[www.flandersinvestmentandtrade.com](http://www.flandersinvestmentandtrade.com)

FLANDERS  
INVESTMENT  
& TRADE



Vlaanderen  
is internationaal  
ondernemen



Gefinancierd door  
de Europese Unie

**Deloitte.**