

PRODUCTMANAGEMENT IN SHOPWARE

Producten vormen de kern van elk e-commercebedrijf. Correcte, (voor de klant) relevante en voldoende productinformatie is een minimale vereiste voor de klant om uw aanbod te vertrouwen en een aankoopbeslissing te nemen. Ook is er minimale productinformatie nodig om te scoren in zoekmachines zoals Google. Tot slot helpen gestructureerde productgegevens (zogenaamde producteigenschappen) uw klant om te filteren op zinvolle productkenmerken, producten te vergelijken en uw aanbod efficiënter naar externe catalogi en marktplaatsen te pushen, om daar eventueel ook te adverteren.

De meeste bedrijven worstelen met hun productinformatie. Informatie wordt verspreid over de organisatie onderhouden, leveranciers leveren productinformatie in verschillende formaten of er zijn simpelweg te weinig middelen of bedrijfsprocessen om productinformatie bij te houden. Shopware 6 biedt een raamwerk om productinformatie te structureren die ertoe doet. Men kan Shopware 6 verbinden met een gespecialiseerd Product Information Management (PIM) systeem zoals Pimcore voor meer geavanceerd productbeheer.

Voor kleine bedrijven zijn de mogelijkheden van Shopware wellicht voldoende.

De anatomie van een productpagina

Eerst en vooral hebben klanten productinformatie nodig om een beslissing te nemen over welk product ze wel of niet kopen. Het type informatie kan van product tot product verschillen, maar over het algemeen zal een product minimaal een productnaam, een product USP, een korte productbeschrijving en een lijst met productvoordelen of -kenmerken vereisen.

Neem als voorbeeld het geval van wandelschoenen zoals hieronder wordt aangetoond, met een duidelijke hiërarchie in de aangeboden informatie, gemakkelijk te lezen en te begrijpen voor de klant.

TERREX SWIFT R GTX SHOES

LIGHTWEIGHT AND FAST HIKERS MADE FOR RUGGED CONDITIONS.

Designed for the mountain, these men's low-cut outdoor shoes are built with abrasion-resistant ripstop mesh and overlays for added support and stability. They feature a waterproof, breathable GORE-TEX® lining and a superhigh-traction rubber outsole for optimal grip in wet and rocky conditions.

- Weight: 345 g (per shoe in size UK 8.5)
- Speed lacing construction for fast lacing and a snug fit; LACE BUNGEE stows laces to help avoid tangling
- Ripstop upper with synthetic overlays for durability and light weight; Breathable mesh lining; Moulded sockliner for comfort and fit
- GORE-TEX® lining for waterproof, breathable performance; Lightweight EVA midsole for long-term cushioning
- Moulded heel cap for support; ADIPRENE® under the heel for superior cushioning at impact
- TRAXION™ outsole for optimal grip in all directions; Superhigh-traction rubber for optimal grip in wet conditions

Specifieke informatie binnen uw productgroep, die relevant kan zijn voor de klant om te vergelijken of om zijn of haar zoekopdracht te verfijnen, moet worden aangeboden in een gestructureerd overzicht van producteigenschappen. Dit soort eigenschappen kunnen bijvoorbeeld zijn: maat, gewicht, kleur, technische eigenschappen zoals waterdichtheid van het product, enzovoort.



Omdat klanten steeds visueler worden, is de beschikbaarheid van productafbeeldingen een tweede minimumvereiste. Over het algemeen worden producten zonder afbeelding niet meer verkocht. Zorg voor een voor-, achter- en zijaanzicht van uw product op een neutrale achtergrond. Als kwaliteit belangrijk is, geef dan gedetailleerde afbeeldingen die de kwaliteit ervan laten zien. Publiceer eventueel ook foto's van het

product in gebruik, om de relevantie van het product aan te tonen. Voeg voor duurdere producten 360 graden afbeeldingen en video toe.

Productnummers en GS1-codes

Productnummers zijn de basis van goed productbeheer. Met een correct productnummer bent u in staat een product te identificeren, stelt u in staat om een product makkelijker te vinden en dient als een referentie voor de klant wanneer hij of zij een bestelling plaatst.

Productnummers dienen essentieel maar aan twee vereisten te voldoen:

1. productnummers dienen uniek te zijn;
2. productnummers volgen een gelijke structuur.

Het kan daarnaast interessant zijn om enkele essentiële productspecifieke kenmerken op een uniforme manier in het nummer te verwerken, bijvoorbeeld: *release* datum, fabrikant, belangrijke producteigenschappen, collectie, enzovoort.

Sommige bedrijven gebruiken het artikelnummer van hun leverancier. Het wordt aangeraden om uw eigen uniek identificeerbare bereik te behouden. Met een eigen assortiment bent u onafhankelijk van veranderingen bij uw leverancier.

Naast uw eigen unieke artikelnummer is het voor veel bedrijven relevant om over GS1-nummerblokken te beschikken. Een GS1-productnummer (in wezen een productstreepjescode, vooral bekend onder de namen EAN of UPC) maakt het makkelijker om producten te volgen, te verwerken en op te slaan via een uniforme streepjescode. streepjescodes verbeteren de efficiëntie, veiligheid, snelheid en zichtbaarheid van leveringsketens via fysieke en digitale kanalen. De meeste marktplaatsen en andere externe productcatalogi vereisen of geven de voorkeur aan een streepjescode wanneer u er zaken mee wilt doen.



Producttypen

Het producttype bepaalt voor een groot deel op welke wijze een product verkocht wordt. Om te beginnen onderscheiden we producten en diensten, waarbij voornamelijk de order fulfilment op een andere wijze plaatsvindt.

Producten	Standaard, maatwerk, versproduct, op gewicht, te installeren
Diensten	Digitaal (online / download), op locatie klant, op locatie aanbieder

Binnen het segment 'producten' kan verder worden gesegmenteerd:

Brievenpost	Standaard, aangetekend (voor bijvoorbeeld juwelen)
Pakketpost	Standaard, click & collect, groot en zwaar (+35 kilo), gekoeld
Installatie	Door klant, door professional, door gecertificeerde professional

Wanneer uw producten veelal binnen een standaard homogene soort valt, hoeft u wellicht geen rekening te houden met bovenstaande aspecten. Verkoopt u verschillende typen producten, dan dient u op productniveau aspecten te beheren die een verschil in order fulfilment kunnen bepalen. Denk dan bijvoorbeeld aan het bijhouden van het gewicht of de geografische beschikbaarheid van servicemonteurs.

Het producttype wordt ook bepaald door de wijze waarop u het product wenst te verkopen aan uw klanten. De meest voorkomende zijn "varianten", variaties van hetzelfde product, bijvoorbeeld door een andere maat, kleur of gewicht.

Single	Eenvoudig, recht-toe-recht-aan, product
Variant	Varianten van hetzelfde kernproduct
Custom	Op maat aanpassingen (op basis van een standaardproduct)
Bundle	Combinatie van standaardproducten
Grouped	Bundel waarin de klant kan aangeven hoeveel hij wenst per product

Best practices beheer variantproducten

Door verschillende varianten samen te brengen in een zogenaamd variantproduct maakt u uw aanbod in de regel overzichtelijker voor klanten. Het beheer van variantproducten kan eveneens zorgen voor vereenvoudiging, minder fouten en meer structuur in uw productgegevens. U kan in feite al uw productinformatie van een variant 'erven' van het moederproduct.

	Advies	Uitzondering
Naam (Titel)	Inherited	
Beschrijving	Inherited	
Fabrikant	Inherited	
Eigenschappen	Inherited	
Product #	Not inherited	
Man. product #	Not inherited	
Prijs	Optional	Prijs kan afhankelijk zijn van de variant, bijv. voor maten
Belastingtarief	Inherited	
Media	Optional	Media kan afhankelijk zijn van de variant, bijv. voor kleur
Voorraad	Not inherited	

Veel ondernemingen starten hun e-commerce activiteiten op basis van de productgegevens in hun ERP-systeem en wensen soms zelfs een rechtstreekse koppeling met dergelijke systemen. Daarbij is het van belang te weten dat de meeste ERP-systemen geen onderscheid maken in single- en variantproducten. Voor wat betreft de productnummering kan het dan aan te raden zijn om een structuur te definiëren waarbij er een onderscheid wordt gemaakt door de basis ('moeder') en de daarbij

behorende varianten ('kinderen'). Een veelgebruikte structuur is: BASISNUMMER.XX, waarbij de variant na de punt wordt gedefinieerd.

Productvertalingen

De meeste webshops zijn meertalig. Meertalig productbeheer vergt een extra complexiteit ten opzichte van eentalig productbeheer. In Shopware kan je op een productfiche eenvoudig te taal veranderen, om deze aan te passen in de doeltaal.

English



Cancel

Save



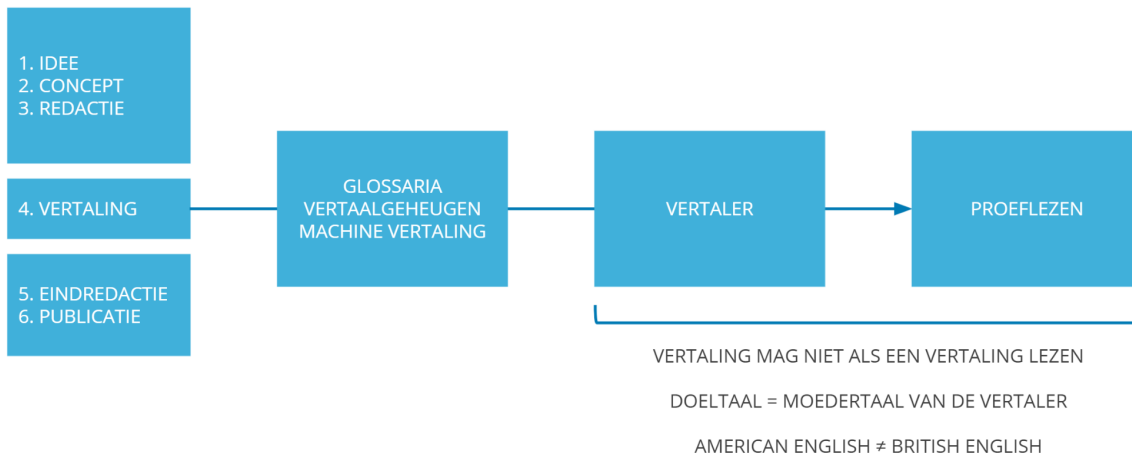
Productpagina's bestaan in de regel uit de volgende, te vertalen, tekstblokken:

Productnaam	Een unieke naam, te vertalen per product
Productbeschrijving	Een unieke beschrijving, te vertalen per product
Producteigenschappen	Aan een product toe te wijzen producteigenschappen, op basis van een voorgedefinieerde (en vertaalde) lijst

Daarbij komen eventuele metagegevens (zie volgend hoofdstuk).

Het is aan te raden een product te vertalen wanneer de bronbeschrijving definitief is. Hanteer onderstaand proces om uw vertalingen te orchestreren.





In de praktijk is het soms niet haalbaar om iedere tekst naar een vertaler te sturen. Wanneer u kiest om zelf te vertalen, dan kan dat met behulp van enkele goede (gratis) online instrumenten :

Google Translate	https://translate.google.com
Microsoft Translator	https://www.bing.com/translator
Linguee	https://www.linguee.com

Wenst u een hele database te vertalen, dan kan u dat middels Google Sheets doen met behulp van twee eenvoudige formules:

Detect language	=detectlanguage(CELL)
Translate	=googletranslate(CELL,ISO CODE SOURCE LANGUAGE, ISO TARGET)

Google Search

Productinformatie is het meest belangrijke type informatie om goed in Google te scoren. In de basis begint dit bij de minimale informatie zoals de klant die verlangt, zoals hierboven beschreven.

Om de zoekmachines een extra steentje in de rug te geven, is het aan te raden om producten met additionele informatie te voorzien. De belangrijkste data op productniveau zijn:

Meta titel	De tekst die op de zoekmachine resultaten pagina's en tabbladen browser wordt weergegeven om het onderwerp van een webpagina aan te geven; 55 tekens limiet.
Meta description	Een unieke samenvatting van uw productomschrijving; 120-150 tekens.
Trefwoorden	Trefwoorden om uw product te beschrijven en te identificeren; 3 - 5 woorden.
ALT-tags	Een beschrijving van wat er in een productafbeelding staat, bijgehouden in de afbeeldingenbibliotheek; 3 - 5 woorden.

Productfeeds

Hoewel de meeste verkopers er de voorkeur aan geven dat hun klanten kopen in hun eigen digitale winkel, is dat een utopie. Klanten navigeren op internet, of ze nu als zakelijke of particuliere klant optreden, en kopen waar ze het beste aanbod of een probleemloze ervaring krijgen. Leaders in digitale handel pushen daarom hun aanbod naar meerdere locaties, waaronder: Google Shopping (Google Merchant Center), Facebook (Facebook-catalogus) en marktplaatsen zoals Amazon en Bol.com.

In Shopware kunnen productfeeds worden gebouwd door een nieuw verkoopkanaal aan te maken (bijvoorbeeld Google Shopping). Met behulp van dynamische productgroepen kunt u definiëren met welke producten het kanaal moet worden

gevoed. Terwijl u in uw eigen webshop productvarianten kan gebruiken, kunt u ervoor kiezen om uw feed aan te passen en afzonderlijke producten te verzenden.

Afhankelijk van het type product dat u verkoopt, bestaan er *best practices* met betrekking tot uw productnaam. Neem als voorbeeld de onderstaande lijst, die enkele veelvoorkomende variaties voor specifieke productgroepen laat zien.

 <p>Apparel</p>	Brand + Gender + Product Type + Attributes (color, size, material)	 <p>Hard Goods</p>	Brand + Product + Attributes (size, weight, quantity)
 <p>Books</p>	Title + Type + Format (hardcover, eBook) + Author	 <p>Electronics</p>	Brand + Attributes + Product Type + Model#
 <p>Consumables</p>	Brand + Product Type + Attributes (weight, count)	 <p>Seasonal</p>	Occasion + Product Type + Attributes

Over het algemeen presteren producten met sterke beschrijvingen beter in externe catalogi. Veel catalogi vereisen zelfs een minimum aan informatie, gedefinieerd per productgroep, en vereisen dat de gegevens een productgroepcode volgen zoals gedefinieerd door Google.

Zie: <https://support.google.com/merchants/answer/6324436?hl=en>.

Shopware 6 productonderhoud

Shopware 6 vereist dat u de volgende velden invult voordat u opslaat:

- Titel
- Productnummer
- Belastingtarief
- Prijs (bruto en netto)

- Voorraad

Nadat het product voor de eerste keer is opgeslagen met de vereiste verplichte informatie, verschijnen er andere tabbladen . Deze tabbladen bevatten gedetailleerde aanvullende informatie, zoals: specificaties, uitgebreide prijzen, varianten, lay-out, SEO en cross-selling.

Misschien wel de belangrijkste sectie in uw productbeheerder gaat over Prijzen.

The screenshot shows the 'Prices' configuration page in Shopware. It includes a 'Tax rate*' dropdown menu set to 'Standard rate'. Below it are input fields for 'Price (gross)*' (10 €) and 'Price (net)*' (8.2644628099174 €). Further down are 'Purchase price (gross)' (0 €) and 'Purchase price (net)' (0 €). At the bottom are 'List price (gross)' (placeholder: Enter gross price...) and 'List price (net)' (placeholder: Enter net price...). An 'Advanced pricing' link is visible at the bottom right.

Hier kunt u basisinformatie definiëren en een standaardprijs instellen.

- **price (bruto) / (netto):** vul hier uw bruto- en nettoprijs in, zoals deze in uw winkel wordt vermeld; gebruik het slot als u wilt dat Shopware de prijs berekent op basis van het gedefinieerde belastingtarief;
- **list price (bruto) / (netto):** u kunt de aanbevolen verkoopprijs (RRP) in de frontend weergeven via de catalogusprijs; om de adviesprijs weer te geven, moet deze hoger zijn dan de werkelijke prijs van het product.
- **advanced pricing:** met de link Geavanceerde prijzen kunt u meer prijsdetails toevoegen, zoals prijschalen of afwijkende prijzen volgens bepaalde voorwaarden.

Een complexer gedeelte van uw productbeheeromgeving gaat over de leverbaarheid van uw product.

The screenshot shows the 'Deliverability' settings interface. It contains several input fields and checkboxes:

- Stock ***: Input field with value 0.
- Available stock**: Input field with value 0.
- Clearance sale**: Toggle switch (disabled).
- Delivery time**: Dropdown menu with placeholder 'Enter a delivery time...'.
- Restock time in days**: Text input field with placeholder 'Enter restock time in days...'.
- Free shipping**: Toggle switch (disabled).
- Min. order quantity**: Input field with value 1.
- Purchase steps**: Input field with value 1.
- Max. order quantity**: Input field with placeholder 'Max. amount purchaseable...'.

- **stock:** uw actuele, fysieke voorraad; de weergegeven beschikbare voorraad wordt automatisch berekend afhankelijk van de verkochte producten, maar bestellingen die nog niet als voltooid zijn gemarkeerd;
- **clearance sale:** hier geeft u aan of uw product niet meer op voorraad is zodra uw beschikbare voorraad nul bereikt - of dat het product door u wordt aangevuld;
- **delivery- and restock time:** hier markeert u uw standaard levertijd en een herbevoorradingstijd zodra uw producten opnieuw besteld moeten worden; afhankelijk van uw instellingen, krijgen klanten een totale levertijd van "levertijd + herbevoorradingstijd" te zien zodra uw beschikbare voorraad nul bereikt.

Op het tabblad specificaties kunt u eenvoudig de voor uw product belangrijke specificaties toewijzen, inclusief de producteigenschappen. Op het tabblad varianten kunt u bepalen of uw product varianten heeft. Eigenschappen dienen als basis voor het maken van varianten.

Om varianten aan te maken opent u de Variant Generator en kiest u de eigenschappen die u als basis voor de varianten wilt gebruiken. Indien nodig kunt u ook de manieren definiëren waarop varianten worden weergegeven, bijvoorbeeld de sortering.

Houd er rekening mee dat sommige velden in uw productbeheeromgeving pas beschikbaar zijn nadat u het product voor de eerste keer heeft opgeslagen.

Voor de volledige Shopware 6 gebruikershandleiding over het bewerken van uw productinformatie, zie:

<https://docs.shopware.com/en/shopware-6-nl/catalogues/products>