



Track the future of e-commerce

From clicks to conversions in a changing e-commerce landscape

Inhoudstafel

- Ecommerce Scene in Belgium (dia 3)
- Succes case: Koffiemarkt.be x Familycard (dia 58)
- TradeTracker BE (dia 65)
- Golden Quarter with Shoparize CSS (dia 111)





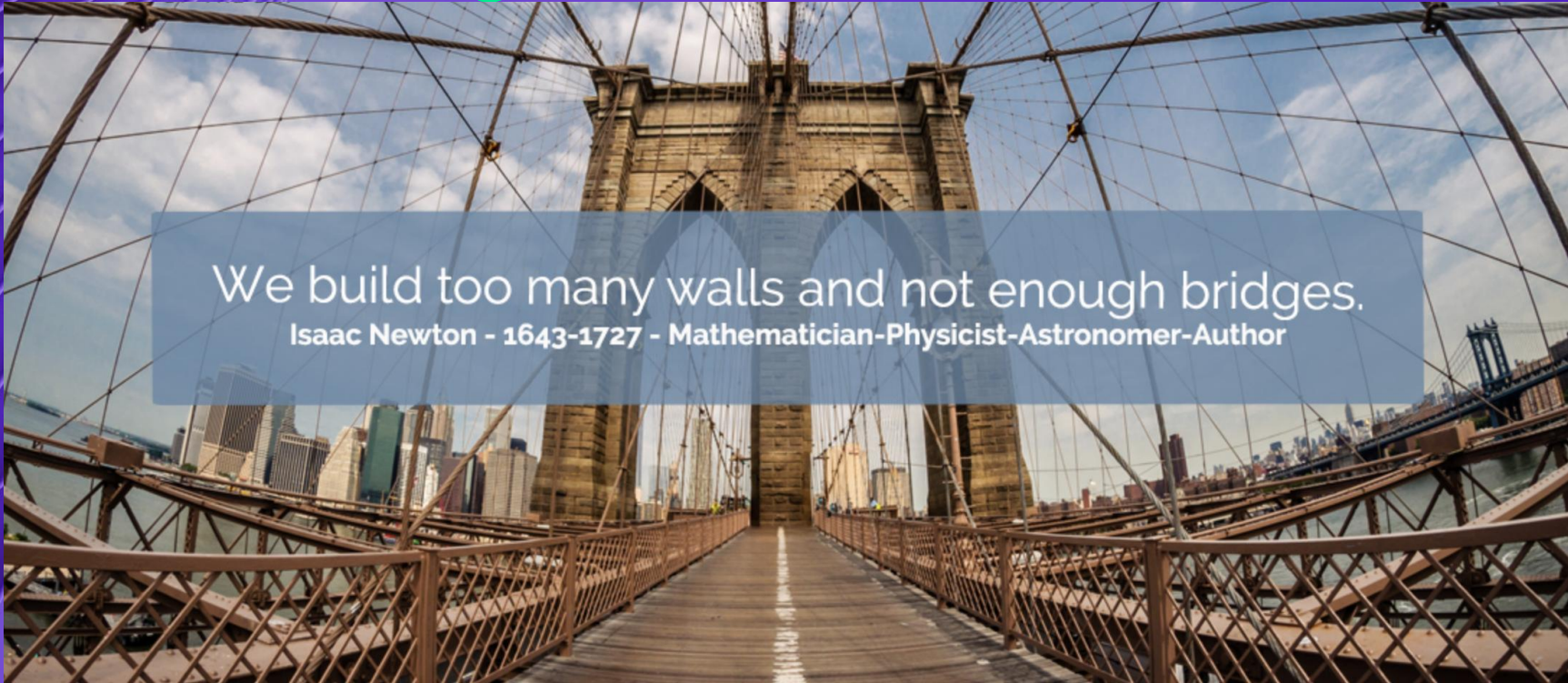
Ecommerce Scene in Belgium

Door Célia Boon
Growth & Membershipmanager

Who is Becom.



We build bridges.



We build too many walls and not enough bridges.
Isaac Newton - 1643-1727 - Mathematician-Physicist-Astronomer-Author

We help Belgian
ecommerce **grow** in a
reliable, secure, sustainable way
& stimulate its
innovative & international nature.



BELGIAN E-BUSINESS FEDERATION

Help Belgian Ecommerce **grow.**



Reliable.

Consumer rights
Accessibility
Misleading
Privacy



Secure.

Fraud
Safety



Sustainable.

Product
Marketing
Packaging
Logistics
Return
Circularity/Repairability



Innovative.

Technology (AI, virtual, ...)
Data
Marketing



International.

Export
Marketplaces



YOUR DIGITAL WINGS

We help the Belgian
e-commerce business **grow.**
How?

Reliable
Secure
Sustainable
Innovative
International



70+

companies that share
their knowledge as a
business or **engaged**
partner of Becom.

4 times/year a
lobby
panel.

to discuss upcoming
legislation.

Follow us on: [in](#) [f](#) [X](#) [ig](#) [yt](#) [sp](#)

300+

publications on our **Wiki**,
our knowledge center.

Studies & Whitepapers
Talking points
Podcasts
Press releases
Slidedecks
Replays academy
Templates



45.000+

visitors during **The Days.**



Legal
Security
Cookies

We **check** your
webshop.

4 **labs.**
to make impact.

Sustainability
Innovation
Market
€2B

7.000+
merchant contacts.

500+

webshops are a
member of Becom.

We **share** our expertise to
1.850+ participants at



Becom Summit
Becom Awards
Masterclasses
Experience days
Friday Snacks
Bootcamps

We **represent**
you in

Ecommerce Europe
Do Not Call Me vzw
DNS Belgium
CCE - CRB

6 times/year a
legal
panel.

to discuss legislation.

becom.

bodart & co

evanell

AVIORSO
DESIGN

KWALITEIT Parket

cafori.com
VOTRE CHOIX DE CAFÉ INTELLIGENT

VIJGBLAD

MIJN TUINSHOP
alles voor jouw tuin

NAME ON IT

Match 4me WIJN VOORDEEL.BE

Beliving

EURO NOTES

zwembad.be
ALTIJD DE GOEDKOOPSTE

P

DAKRAMENSHOP

WILLEM L

lampen24.be

Antverpia
JOUW GEZONDHEID, ONZE MISSIE!

green upp

DE KRUIDENSHOP

KES-SMIT

KÄRCHER

bax music

ELEKTRAMAT

LensOnline

PEDROSHOP.BE

smartphoto

ASAP
nails & beauty supply

OSW

METIS
Superior sleep

WIP & PIPER

yazzy's

LAINGO

geschenk
mand
.be

DHONT
leef mooi.

Hand icon

wafeltjes.be

PIT & PIT

your surprise

VinQuotidian

noukie's

VENTILATIESHOP.COM

Ardenne Résidences
RENDEZ-VOUS AVEC DES MOMENTS CHOISIS

saniweb.nl
De online sanitair expert

Nationale Loterij

BungalowSpecials

Janssen Fritsen
bewegen is onze sport.

ZANNEWENDE
OUT & INDOOR FURNITURE

SV

SUITABLE

ScheidenOnline

TOOLSTATION

wijnbeurs.be

ZEB

VENTILATIELAND

Verkeersbord.be
Webshop verkeers-, tekst en informatieborden

maxeda
DIY Group

BUILDING DRYER

KOFFIEMAKERS

SMART
TOYS AND GAMES

Vinos Del Mundo

SHOW ROOM
MODELLEN

proday

REPLACE
DIRECT

SAM
online stores

QUICKPARKING

fenetre24.be

proximus

B2

KeukenKranen.BE

Zelektro.be

CREON RAMEN

sokken.be
gewoon goed

MediaMarkt

cameranu

LARE DOIT

Goed Gevoel
webshop

newpharma
Jouw apotheek, altijd bij de hand

BiGroei

COLARIS

EDUCI

CRISPYN

Lecot.shop

TELE TICKET SERVICE

O-Skating

ISO DEPOT

couvert

webshop
Dag allemaal

horren.com
de grootste online horrorspecialist

TORFS

verno

HUMO WINKEL

inga

nayan.

Datona

GIGA

FOOD
PETS

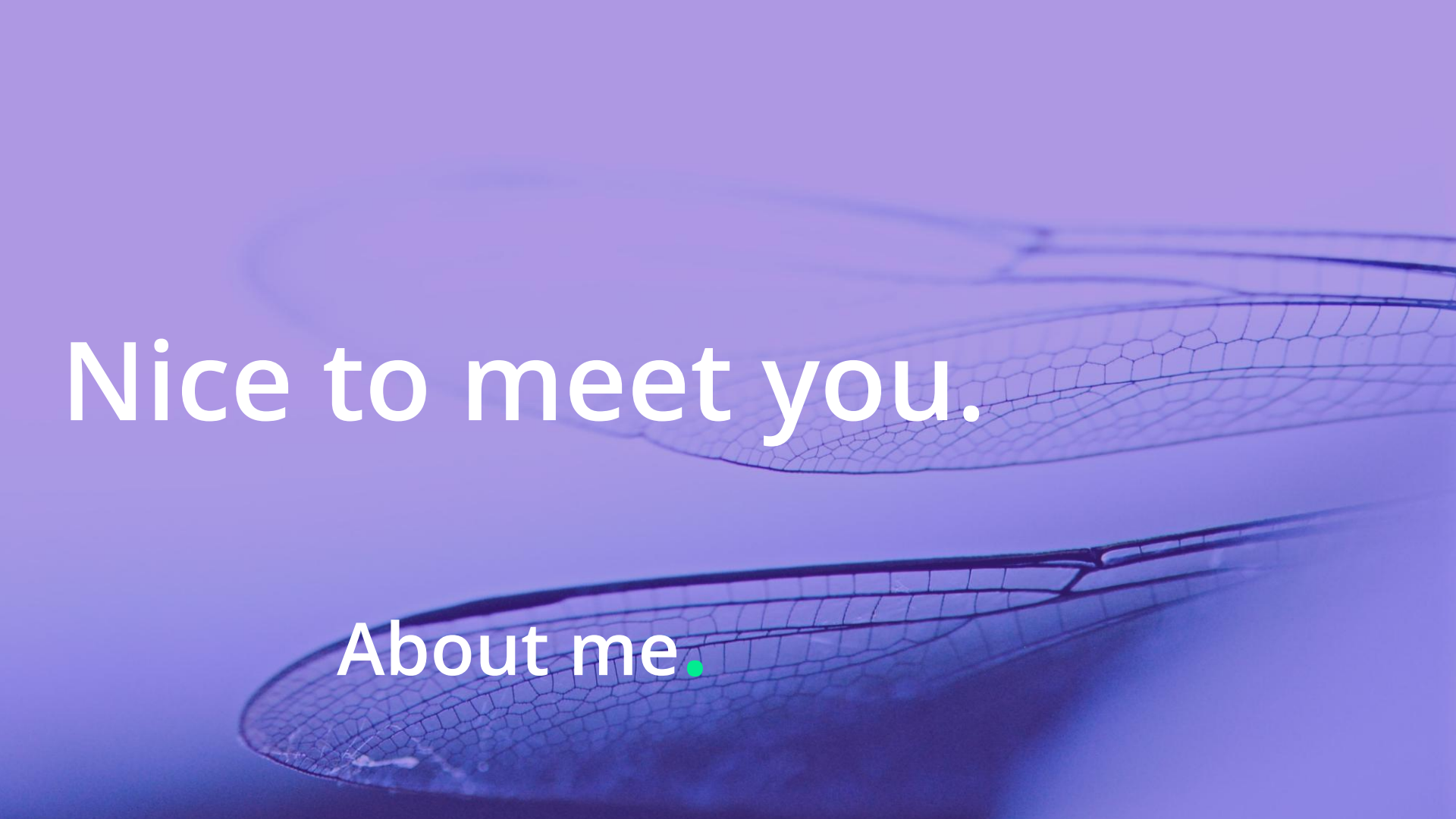
BAUNAT
SMART INTERIOR

ecopods

Gadero

fonQ

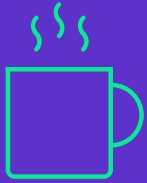
becom.



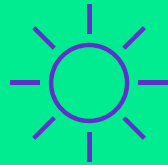
Nice to meet you.

About me.

What I love.



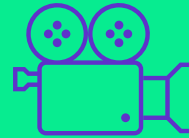
A delicious
coffee



The sun on
my face and
the wind in
my hair



Wine tasting
at local
markets or at
the vineyard



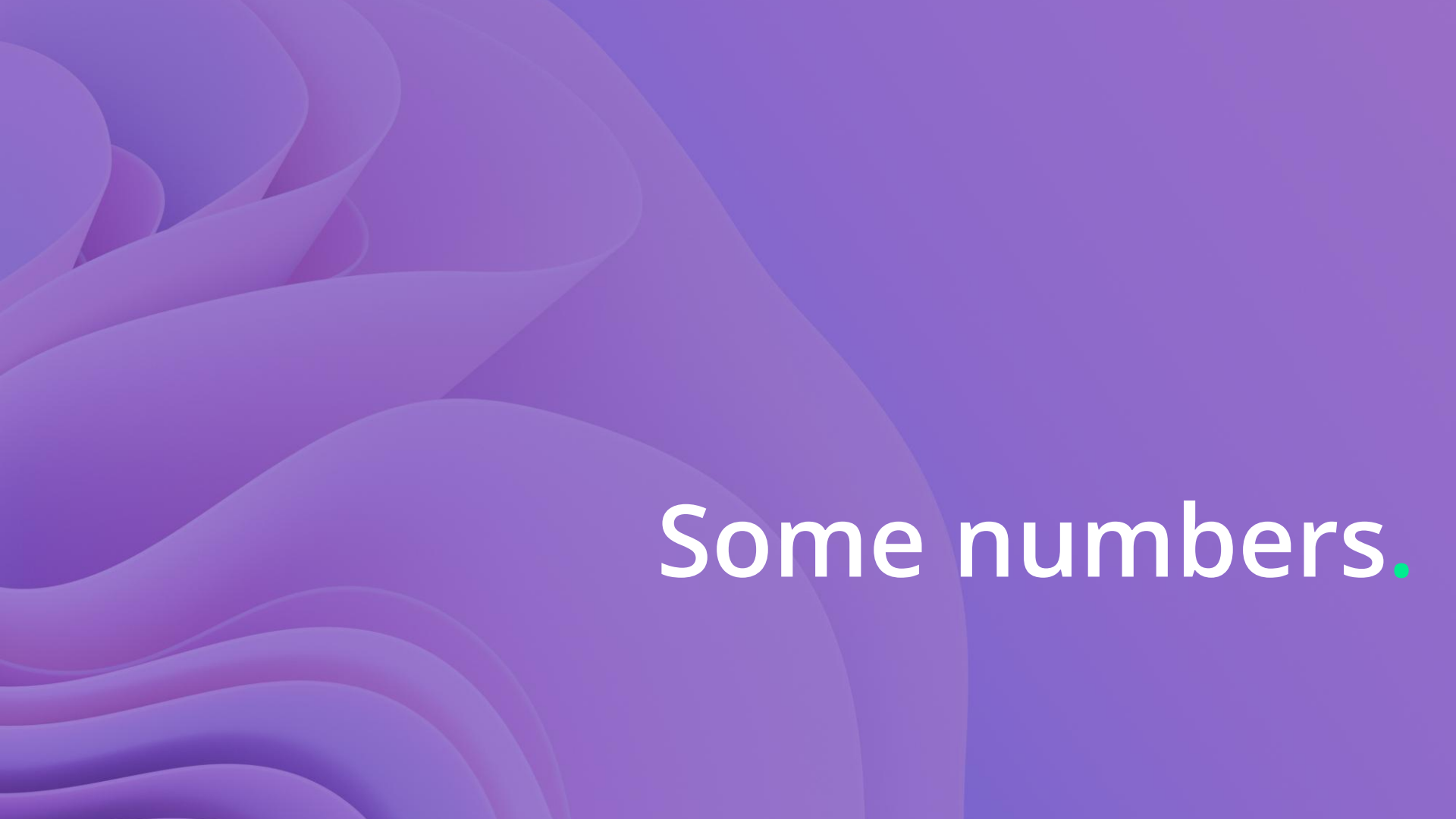
I am a
cinophile –
from classics
to the newest
blockbusters



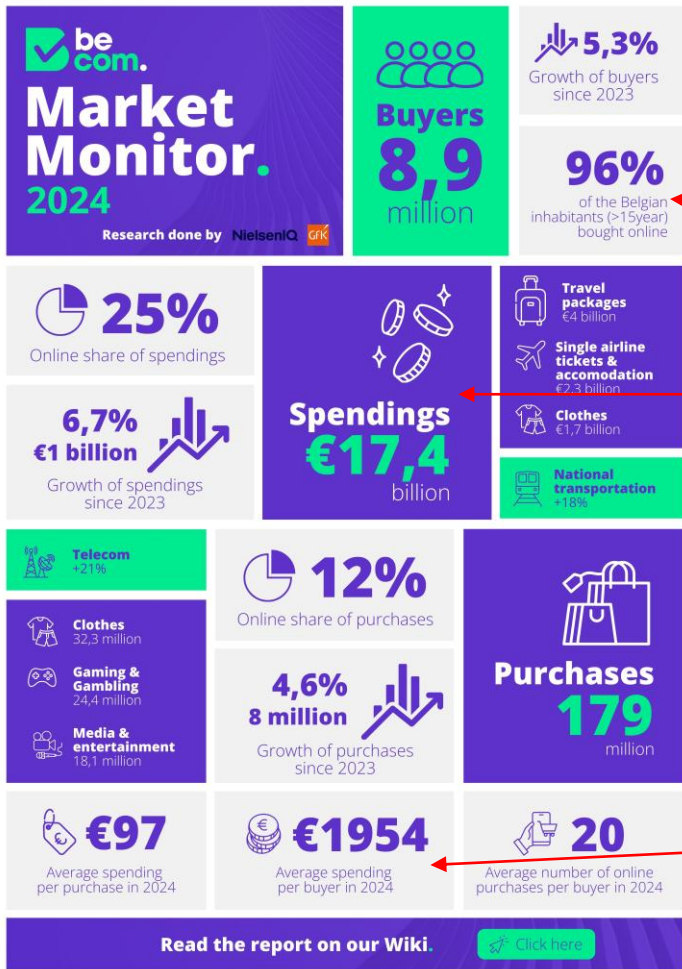
And I am a
great lover of
quotes.

**“It always seems
impossible until it’s done”**

Nelson Mandela

The background is a solid purple color. On the left side, there are several overlapping, wavy, ribbon-like shapes in a slightly darker shade of purple, creating a sense of depth and movement. These shapes flow from the top left towards the bottom left.

Some numbers.



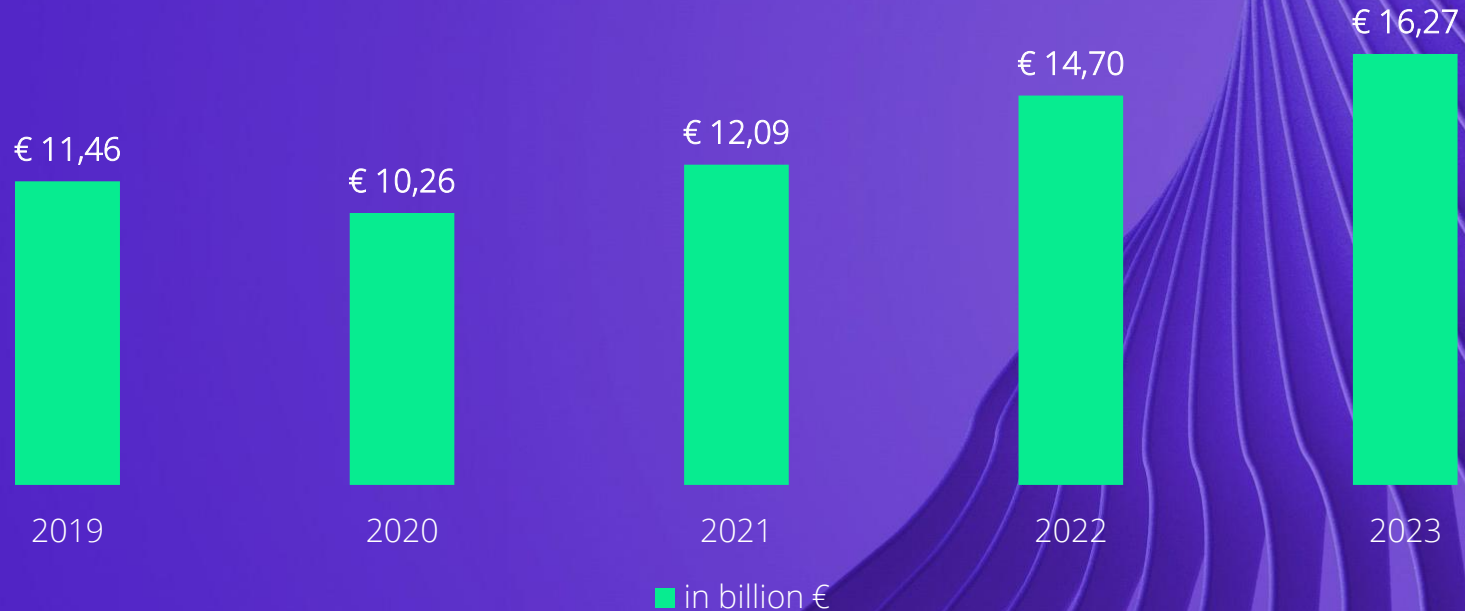


#webshops
+ #volumes



Consumer spending keeps rising every year.

Online Spendings



Source: Market Monitor 2023 (GfK – an NIQ Company)

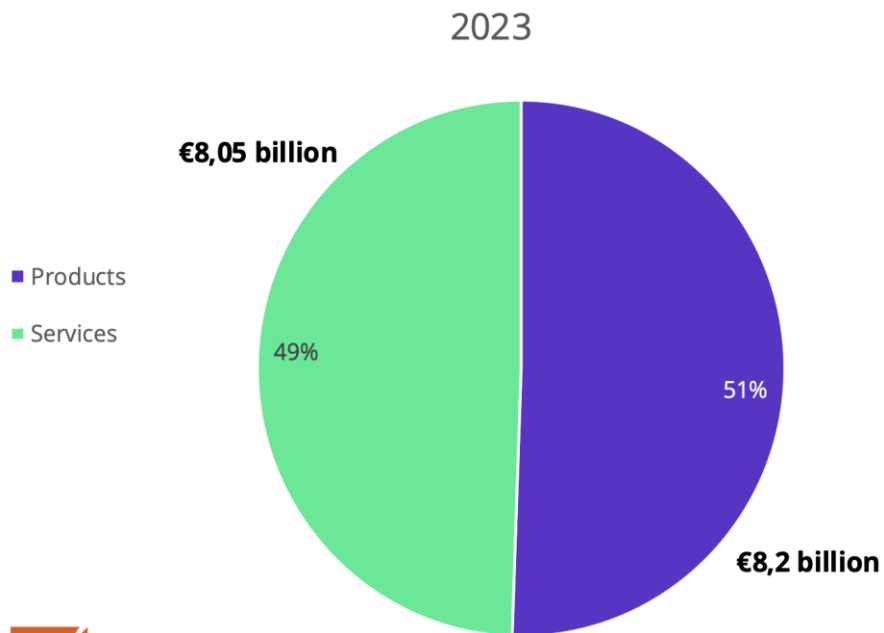
Number of Belgian webshops keeps rising



Source: E-commerce Barometer 2023



Products vs Services

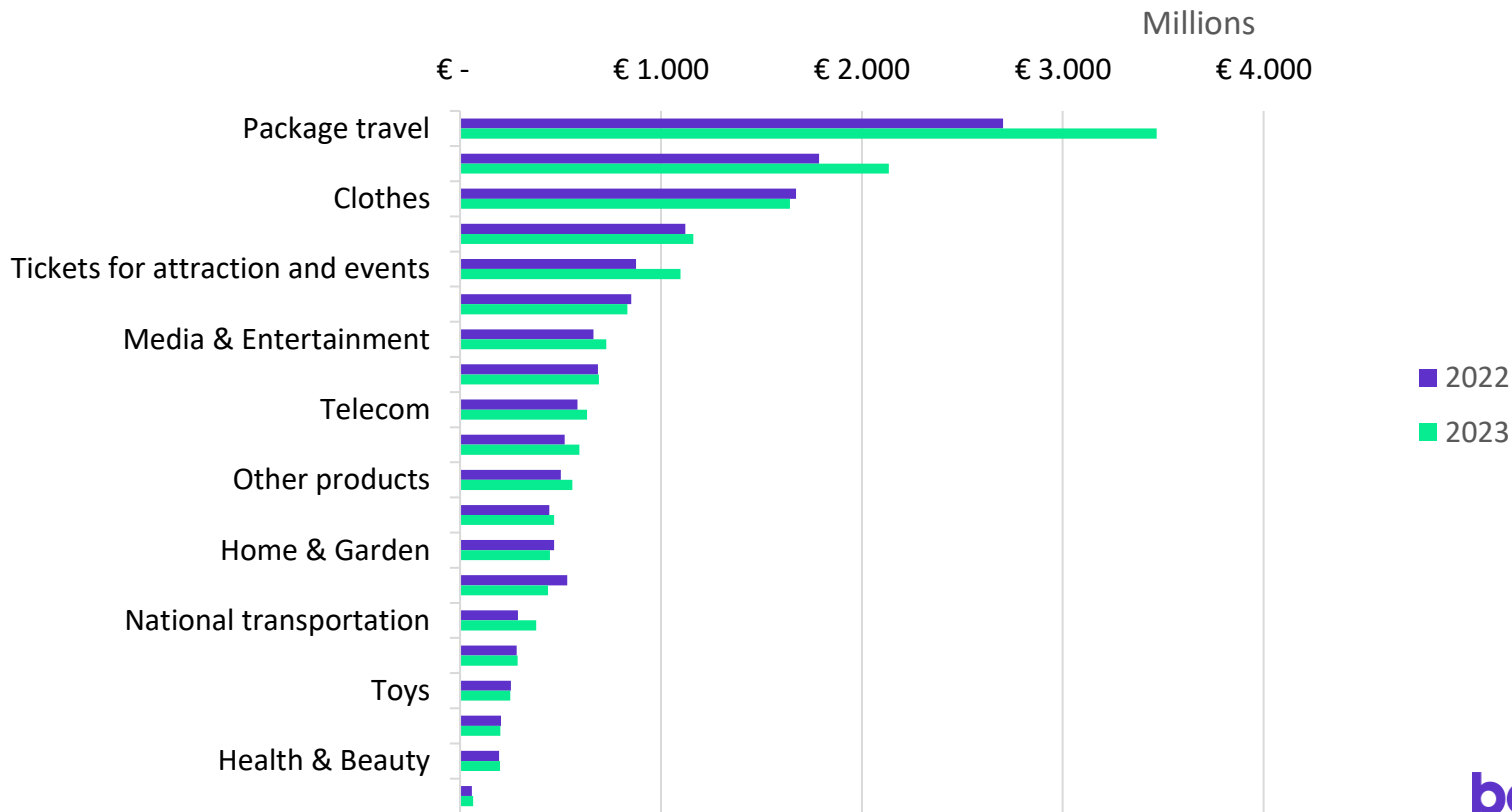




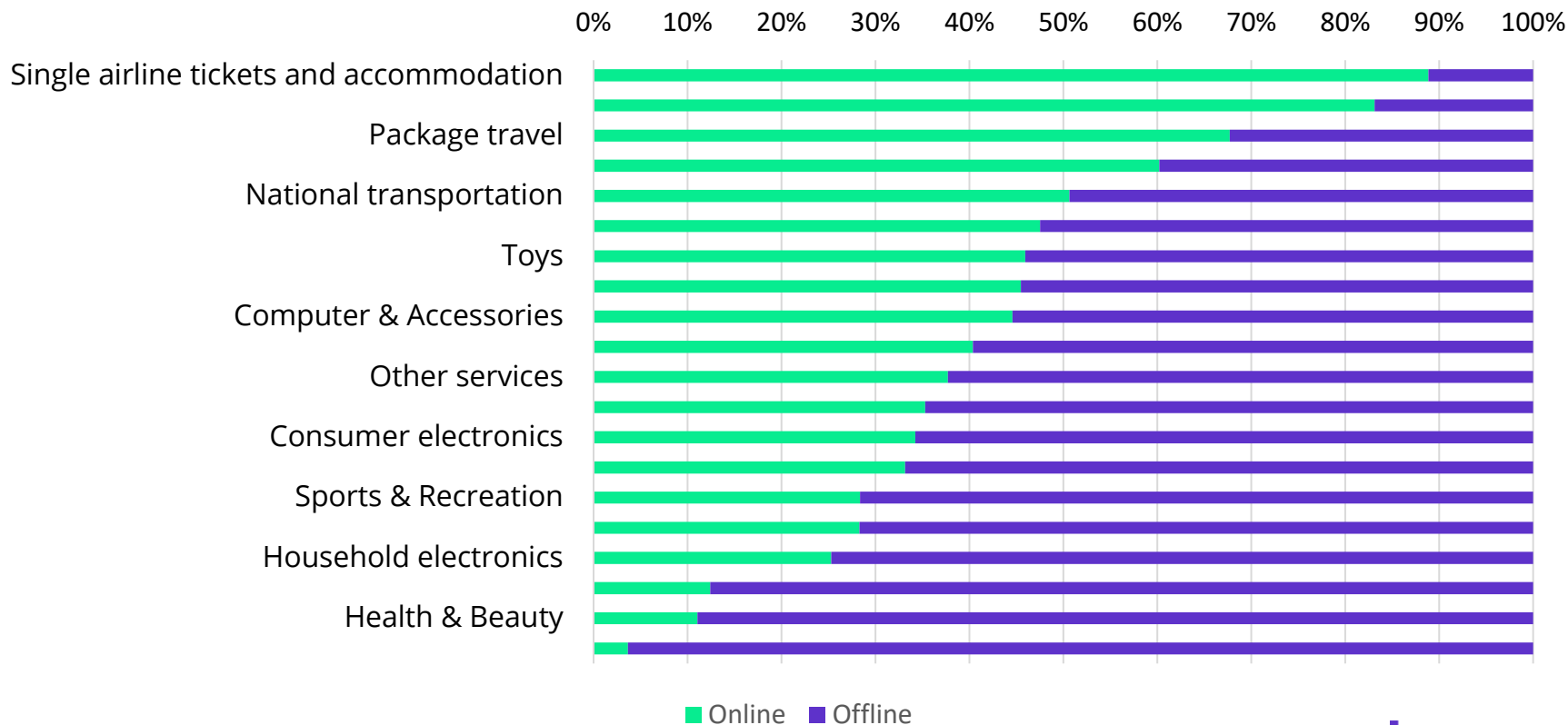
Sectors



Online spendings per sector



Online versus offline 2023





Ideal online
store

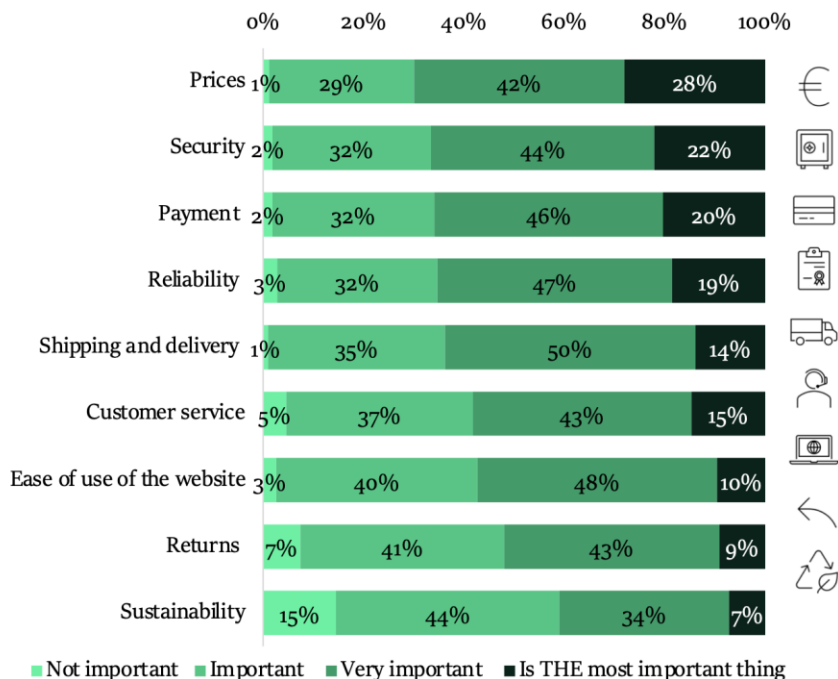


Never forget your E-consumer, who are they?



IDEAL ONLINE STORE

What elements are important when thinking about one's ideal online store?



ONLINE SHOPPERS TEND TO FIND VARIOUS ELEMENTS IMPORTANT IN ONLINE STORES, RANGING FROM PRICE (99%) TO RELIABILITY (97%) AND SUSTAINABILITY (85%).

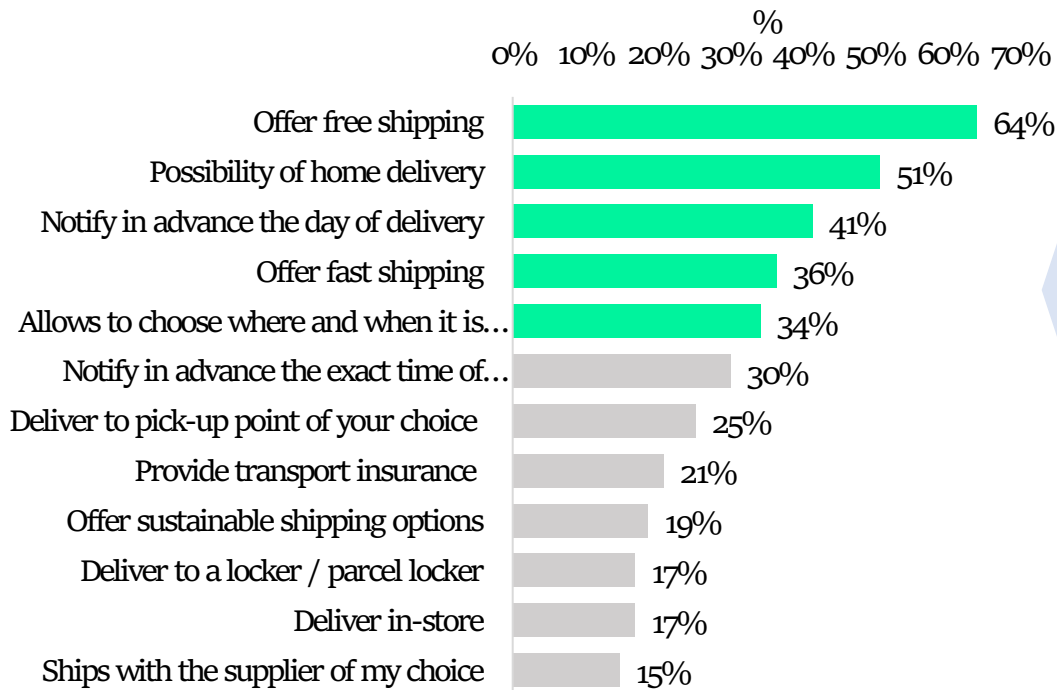
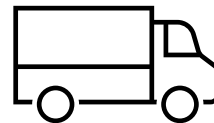
YET, THEY PRIORITIZE ELEMENTS FROM WHICH THEY DIRECTLY REAP THE BENEFITS WHEN MAKING AN ONLINE PURCHASE, SUCH AS PRICE, SECURITY AND PAYMENT.

Q3.1. Below you will find some elements of webshops that other people indicated that they find important. For each element, please indicate how important it is in determining whether or not it is a good online store. (SR per item)

Base: Split sample (N=502)

Ideal online store: shipping / delivery

Five most important elements



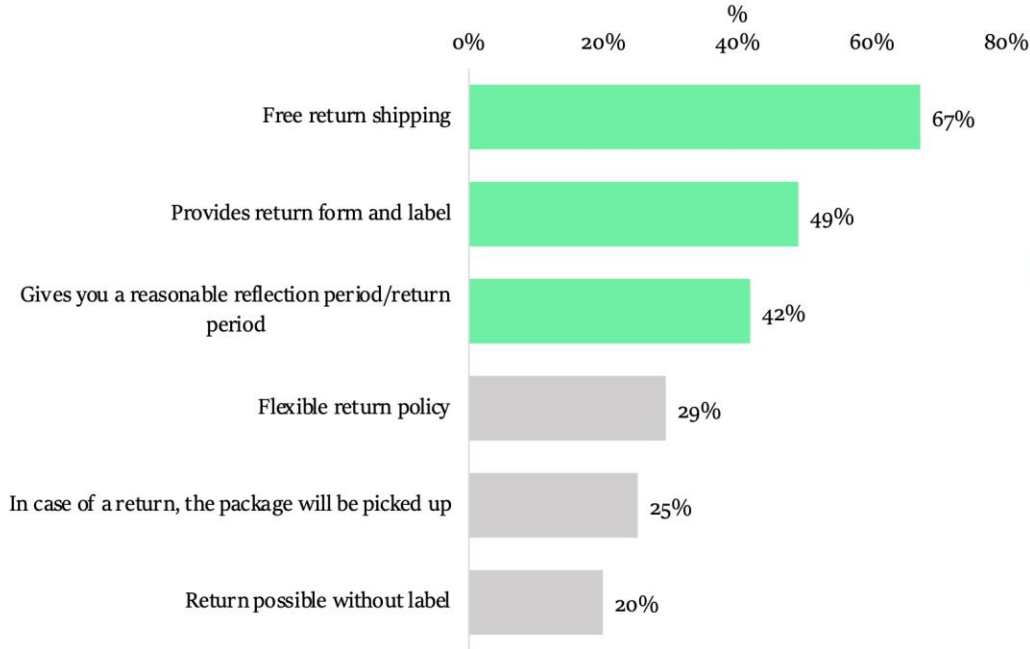
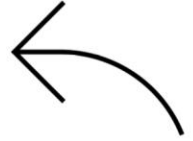
When it comes to shipping and delivery, online shoppers indicate the price to be most important. Furthermore, they prioritise (the possibility) of home delivery over delivery in a pick-up point, locker or in-store. Timing and flexibility are also important to online shoppers.

Q3.2a. Now let's try to put together your ideal online store. We will present you with a few characteristics per theme, it is up to you to choose the most important building blocks for your ideal webshop. Please indicate the 5 most important elements. (MR; max 5)

Base: Split sample (N = 502)

IDEAL ONLINE STORE: RETURNS

Three most important elements



When it comes to returns, online shoppers indicate that **free return shipping** is the most important to them.

Q3.2b. Now let's try to put together your ideal online store. We will present you with a few characteristics per theme, it is up to you to choose the most important building blocks for your ideal webshop. Please indicate the 3 most important elements. (MR; max 3)

Base: Split sample

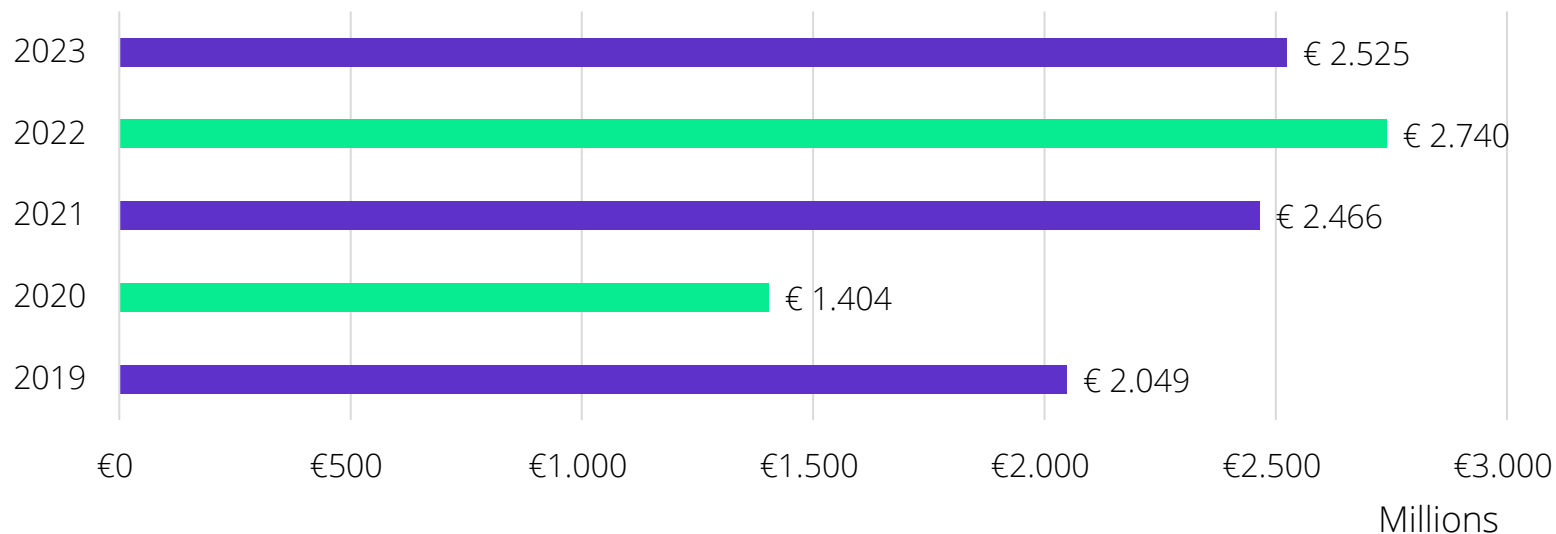


INT+Export



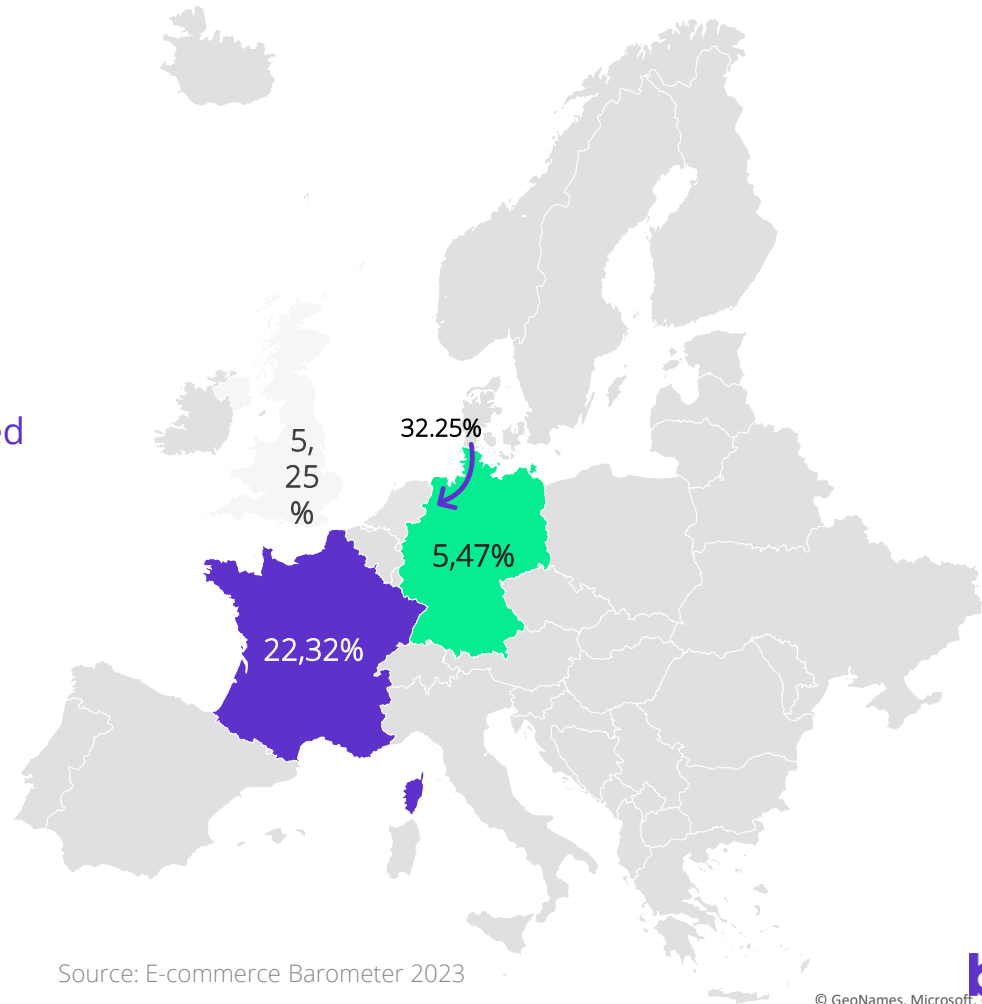
BE Export has slightly decreased, but the number is still higher than 2021

Cross Border Export Volume



The Netherlands and France
remain the main markets for
Belgium.

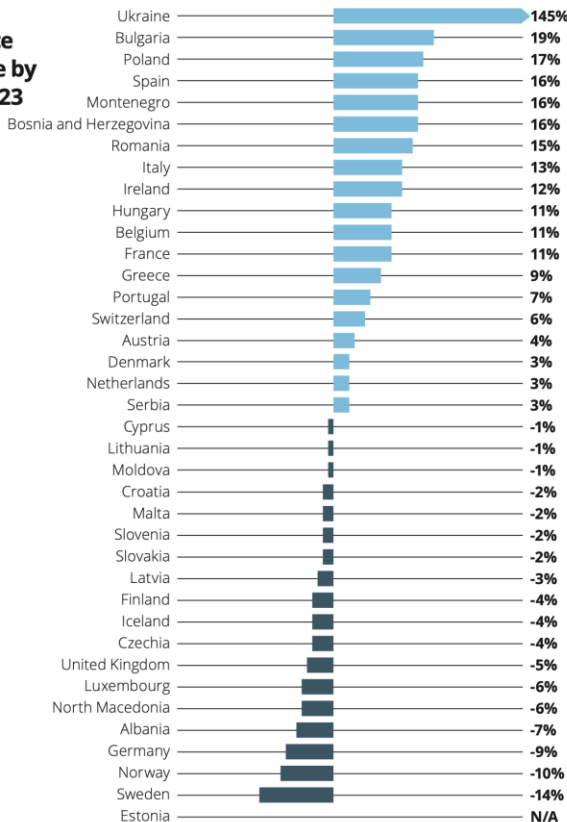
Germany surpasses the United
Kingdom



Source: E-commerce Barometer 2023

E-commerce Overview: By Country

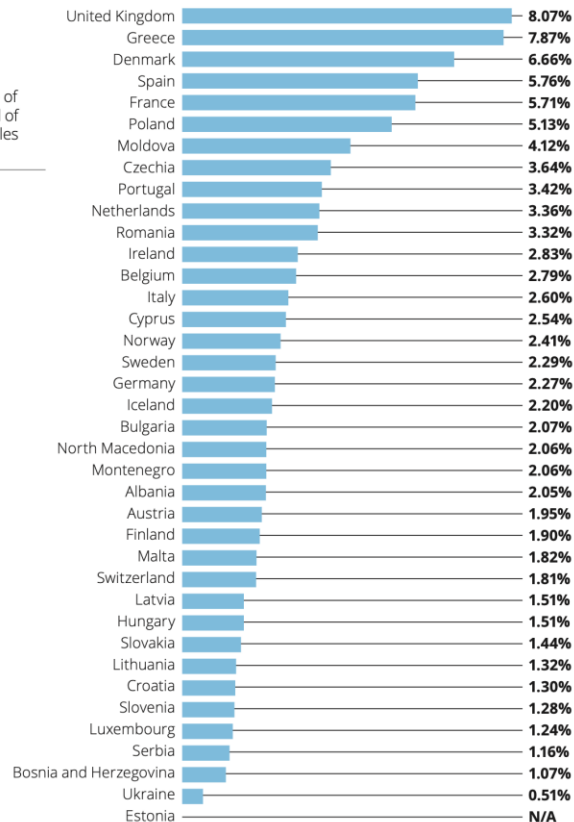
B2C e-commerce growth rate by country, 2023



SOURCE: NATIONAL ECOMMERCE ASSOCIATIONS, STATISTA

E-GDP by country, 2023

The percentage of GDP comprised of e-commerce sales (E-GDP)



SOURCE: IMF

The background is a solid light purple color. On the left side, there are several overlapping, wavy, translucent shapes in shades of blue and purple, creating a layered, organic effect. These shapes resemble stylized waves or flowing fabric.

Trends &
evolutions.



Marketplaces



Shifts in the game.

**NICHE
MARKETPLACES**



WEBSHOPS



B2B



D2C



B2C





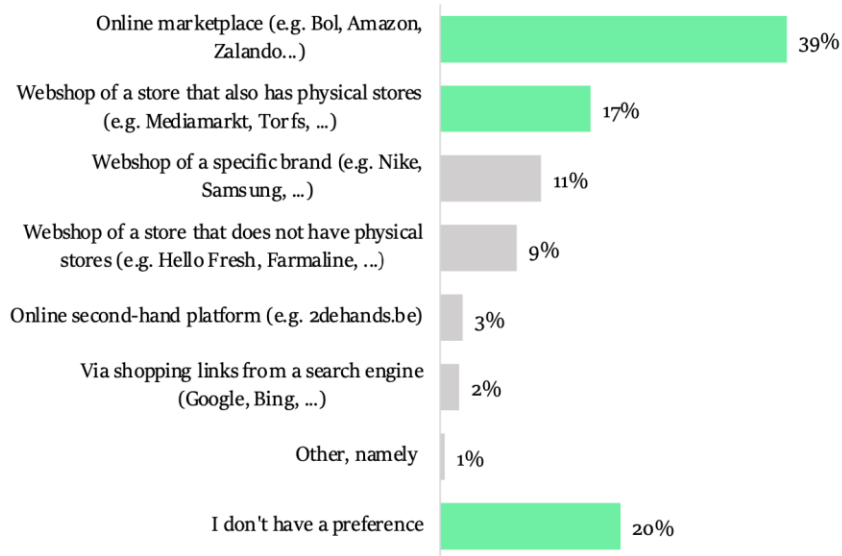
MOST PREFERRED ONLINE SHOPPING SITES ARE ONLINE MARKETPLACES.

And more so among Dutch-speaking online shoppers.

THE BUYING PROCESS

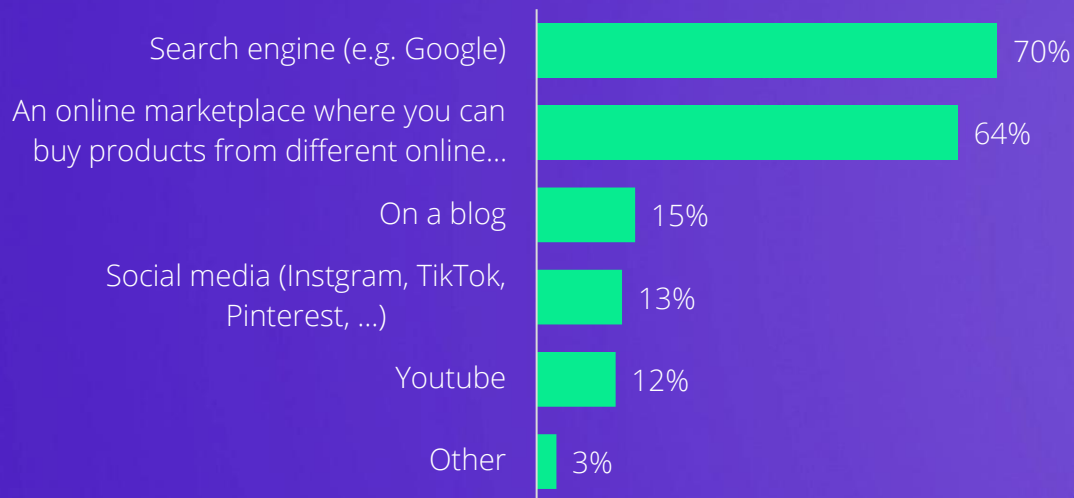
When, how, where, ...? – Type of webshop

When you're shopping online, where do you prefer to make your purchases?



More search on marketplaces.

% of respondents who indicates the item for at least one product category



Source: Belgian Online Shopper Survey 2024 (WHYFIVE)

Q1.12. When you want to buy a product online but don't know exactly what or where you want to buy it, where do you start looking? (MR per product category – Aggregated)

Base: People who don't know if and where they will buy a product



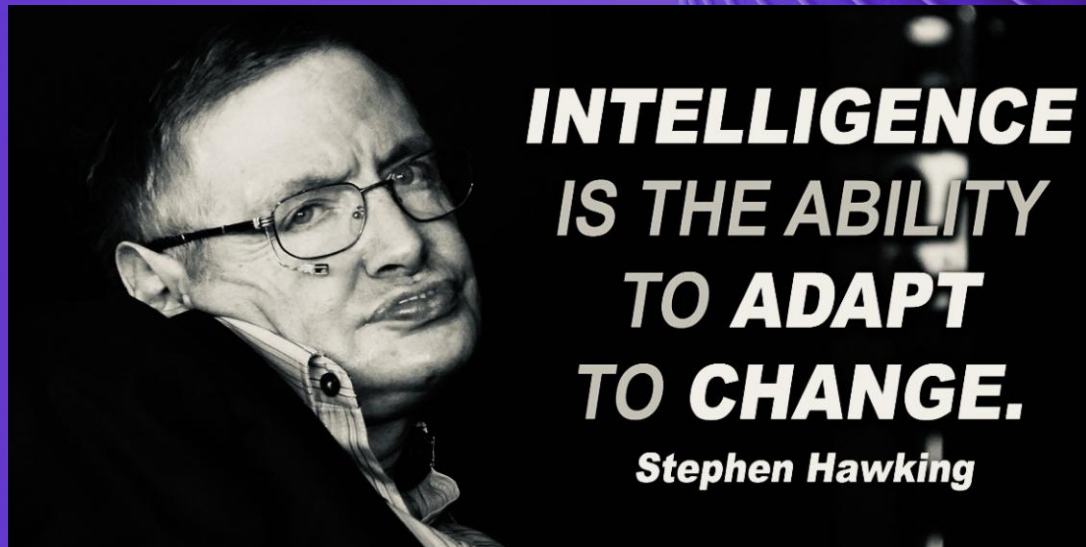
AI

Never stop evolving.

66

De analfabeten van de 21ste eeuw
zijn niet wie niet kan lezen en schrijven,
maar wie niet kan leren, ont-leren en
opnieuw leren

PETER HINSSEN



**INTELLIGENCE
IS THE ABILITY
TO ADAPT
TO CHANGE.**

Stephen Hawking

Impact search through AI?



ChatGPT



Perplexity

Gemini

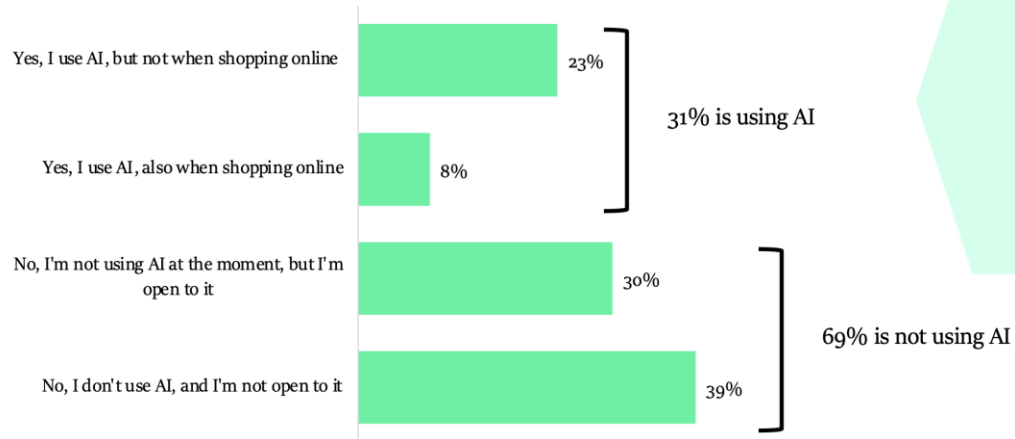


Neeva



Copilot

Do you use AI (e.g. ChatGPT or Chatbots from webshops) in daily life?



Almost 1/3 of the online shoppers, uses AI already.

8% uses it also for online shopping.



What about China?



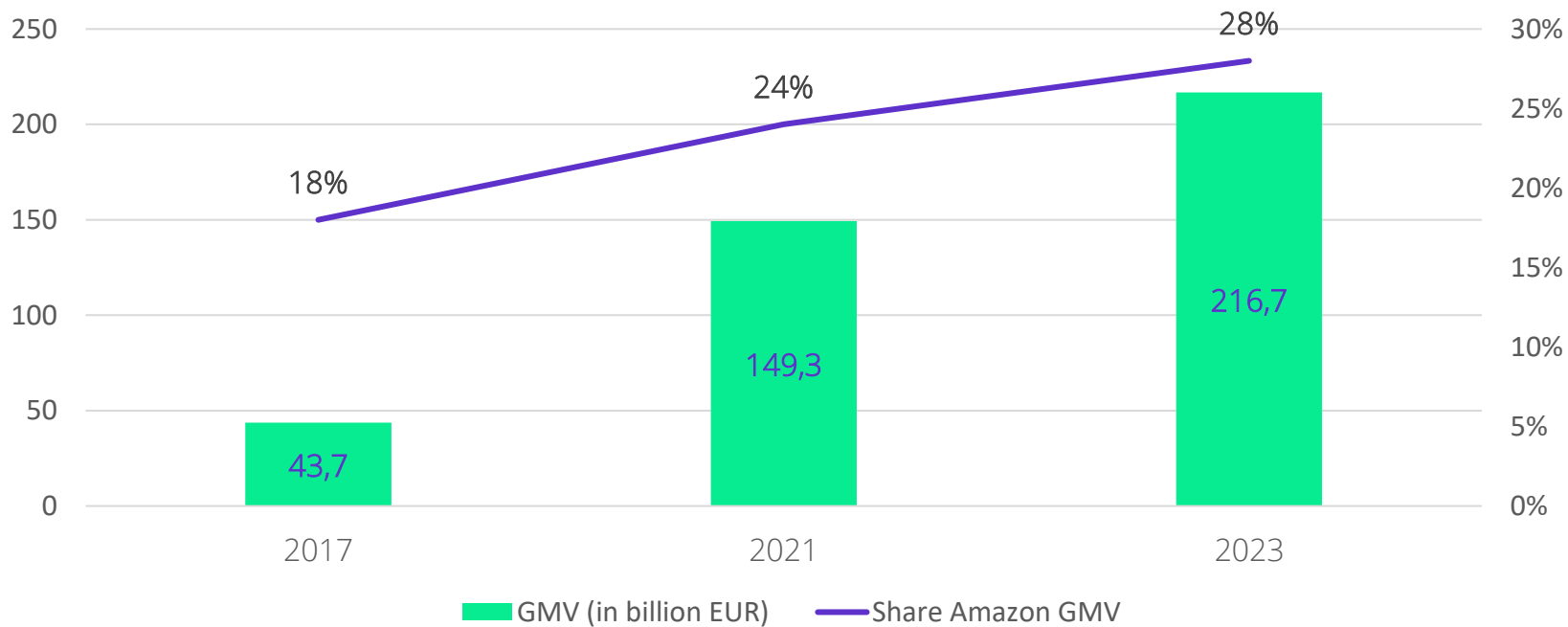
Exporting through marketplaces and e-commerce.



SHEIN



Chinese sellers on Amazon

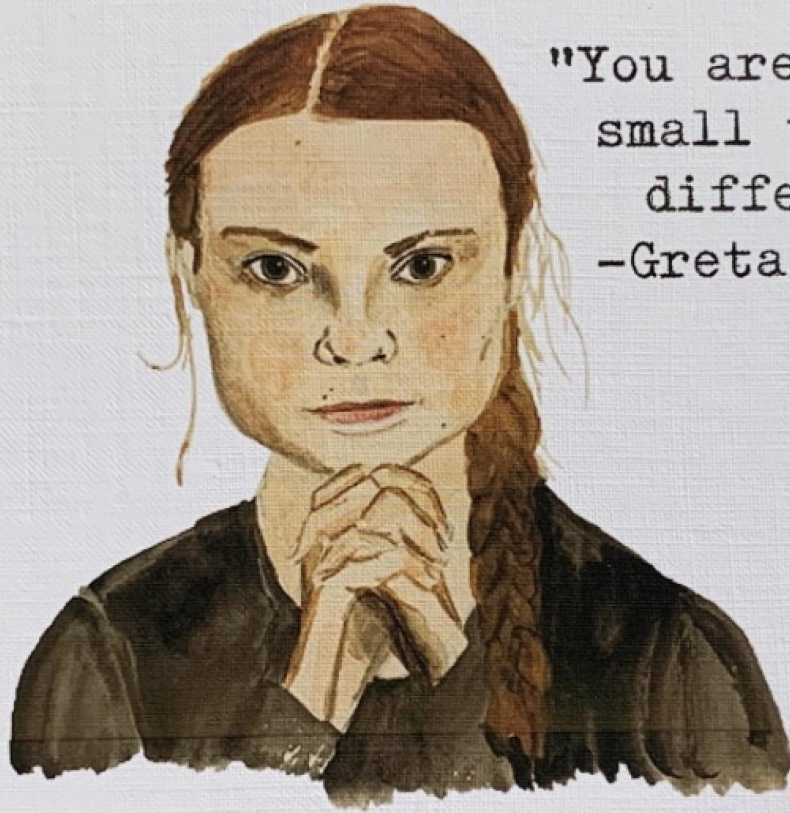


Bron: Chinatalks, 2024



Sustainability





"You are never too
small to make a
difference."

-Greta Thunberg

Young & sustainable?



40% wants to bundle purchases



26% wants to return less products

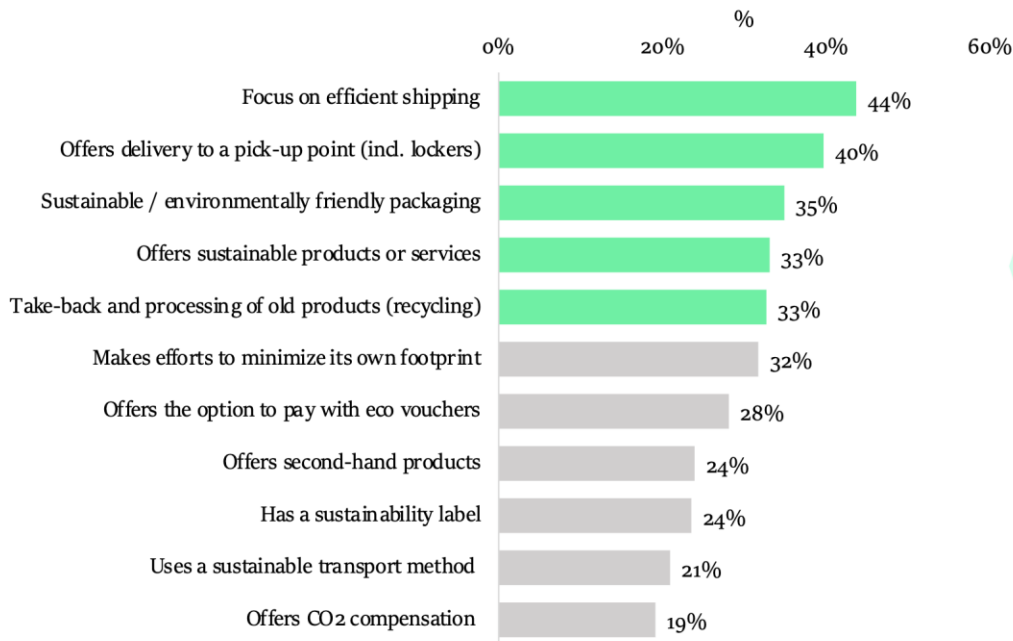


27% wants to buy 2nd hand



IDEAL ONLINE STORE: SUSTAINABILITY

Five most important elements



Regarding sustainability, online shoppers prefer online stores to focus on **efficient shipping and delivery** as well as **sustainable product offerings and packaging**.

Q3.2h. Now let's try to put together your ideal online store. We will present you with a few characteristics per theme, it is up to you to choose the most important building blocks for your ideal webshop. Please indicate the 5 most important elements. (MR; max 5)

Base: Split sample



Consumer trust.

We live in unsure times.





People are more hesitant.

COVID

Strikes

War

Trump

China

Inflation

Cyber Crime

Importance of trust increases.

Certificaten



Safe shopping



Excellent ★★★★★
5 op 5 gebaseerd op 3859
getuigenissen
N°1 voor juwelen



Veilige betaalsystemen



Verzekerde zendingen



Trust through legal impact.

- ✓ Accessibility Act
 - ✓ E.g. Websites must be accessible for people with a disability
- ✓ Digital Fairness Act
- ✓ GDPR
 - ✓ Customers must give explicit permission for data usage
- ✓ Omnibus Regulation
 - ✓ E.g. Webshops can't show misleading prices or discounts
- ✓ Green Claims Directive
 - E.g. vague terms such as 'green' or 'eco-friendly' must have foundation

Not to miss: Becom Awards

Becom Awards 06/11/2025 - Brussels



The background of the image is a solid purple color. Overlaid on this background are several palm fronds, which are rendered in a lighter, semi-transparent purple shade. The fronds are scattered across the frame, with some appearing more prominent than others, creating a tropical or beach-like aesthetic.

Quiz.

On which exact date will
The Becom Awards 2025 take
place?



More news and info?
Go to our website



Célia Boon - Growth Manager at
Becom

celia@becom.digital

koffiemarkt.be

Hoe succesvolle samenwerkingen tussen adverteerder en affiliate
bijdragen aan klantenwerving en klantbehoud.



Over Koffiemarkt.be

Dé online koffiewinkel van België

We brengen jaarlijks meer dan **100.000 Belgen** hun favoriete koffie. Met ruim **25.000 reviews** scoren we een indrukwekkende **4,7 op Trustpilot**.

Wat ons onderscheidt?

Een breed assortiment van topmerken zoals **Illy** en **Lavazza**, maar vooral onze geliefde **eigen merken: Gran Maestro Italiano, Celeste d'Oro** en **Altezza**.



De rol van Affiliate marketing voor Koffiemarkt.be

Voor ons vervult affiliate marketing meerdere strategische doelen:

- **Omzetgroei** – ca. 8% van de Belgische omzet komt uit affiliate.
- **Nieuwe klanten werven** – zo'n 10% van de nieuwe klanten vindt ons via affiliate.
- **Merkverschuiving stimuleren** – bestaande klanten laten overstappen van A-merken naar onze **eigen merken**.
- **Klantretentie verhogen** – zowel nieuwe als bestaande klanten terugbrengen naar Koffiemarkt.be.





Cashback - Koffiemarkt.be

De rol van Cashback binnen affiliate

Uit onze ervaring blijkt dat **Cashback-partijen** (zoals Familycard) bijdragen aan al onze affiliate-doelen.

- **Nieuwe klanten werven**

Sinds onze samenwerking in **2020** zagen we in het eerste jaar dat **40% van alle orders** van nieuwe klanten kwam.

In het afgelopen jaar ligt dit aandeel op **20% van alle orders**.

- **Conclusie**

Cashback is vooral in de **beginfase zeer effectief** in het aantrekken van nieuwe klanten (bijna 1 op 2). Maar ook na vijf jaar blijft het een **relevante bron** van nieuwe klanten (1 op 5). Dit is logisch, omdat veel **gebruikers van cashback terugkeren** naar het platform.





De rol van Cashback binnen affiliate

Uit onze ervaring blijkt dat **Cashback-partijen** (zoals Familycard) bijdragen aan al onze affiliate-doelen.

- **Terugkerende klanten**

Van alle nieuwe klanten via **Familycard** is **34% binnen 16 weken** terug gekeerd voor een nieuwe aankoop (het moment dat wij hanteren als *restock*).

Bij andere affiliatekanalen ligt dit gemiddelde op **24% in dezelfde periode**.

- **Conclusie**

Klanten die via een cashbackplatform zoals Familycard instappen, keren **vaker terug**.

Dit komt doordat zij bekend zijn met de **standaard cashback-voordelen**, wat herhaalaankopen stimuleert.





De rol van Cashback binnen affiliate

Uit onze ervaring blijkt dat **Cashback-partijen** (zoals Familycard) bijdragen aan al onze affiliate-doelen.

- We zien een duidelijke verschuiving onder klanten die via **Familycard** binnenkomen. Bij de **eerste aankoop** kiest ongeveer **35%** voor een van onze eigen merken. Bij **vervolgaankopen** stijgt dit aandeel naar bijna **50%**.
- Dit resultaat wordt mede gedreven door onze **campagnes op eigen merken**, die met cashback nog aantrekkelijker worden. Daarnaast investeren wij zelf actief in het overtuigen van klanten om voor onze merken te kiezen.
- **Conclusie**
Klanten stappen vaak binnen via **A-merken**, maar verschuiven steeds vaker naar **eigen merken**, cashback versnelt dit proces.
- **Toekomst**
hogere cashbackpercentages op eigen merken (commissie onderscheid per productgroep).



Presentatie Familycard



Inhoudstafel

- TradeTracker BE
- Real Attribution
- Verschil NL en BE
- Meer dan een netwerk
- Tools en features
- Optimalisatie affiliatecampagne





Wie zijn wij

Team



Wat meer over onszelf



Lidewij

Account Manager

- Shopping (addict)
- Fervente sporter
- Cat mom



Lise

Account Director

- TT duizendpoot
- Volleybal
- Mommy Mathéo





TradeTracker

Internationaal



27

landen

166

werknemers

5

continenten

+200.000

publishers

24

kantoren

+4.000

adverteerders

België



Travel



Shopping



Finance



Telecom



Services

Lokaal team

+12.000

publishers

Sinds 2008

350

adverteerders

Gent

5

werknemers



Onze adverteerders



proximus



BODY&FIT



tadaaz[®]
celebrate it



Center Parcs

Plopsa

Pazzox.be
online apotheek zonder zorgen



Shopping Partners

AliExpress

Wondr

Auto 5



tadaaz[®]
celebrate it



Pazzox.be
online apotheek zonder zorgen



BODY&FIT

fonQ

YOUR
SURPRISE

X
ANDRES
BELGIUM



MEGEKKO



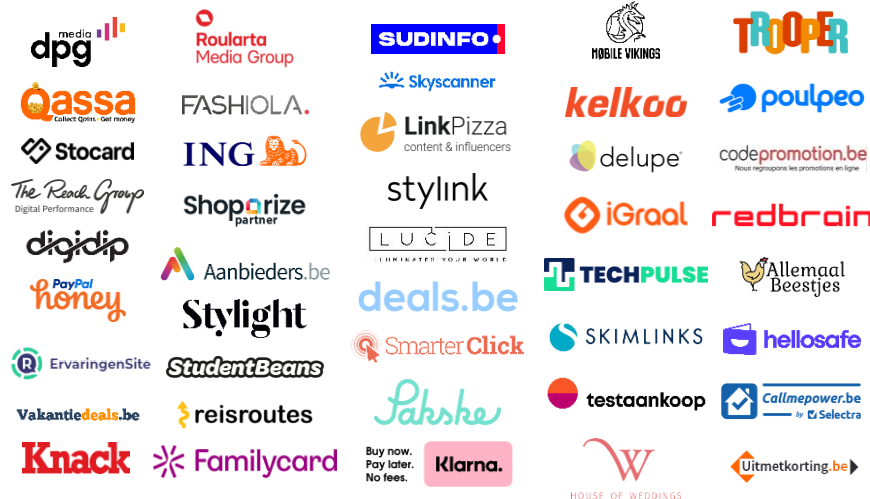
Bruneau
TOUT LE BUREAU EN MOBIKIT



Onze affiliates

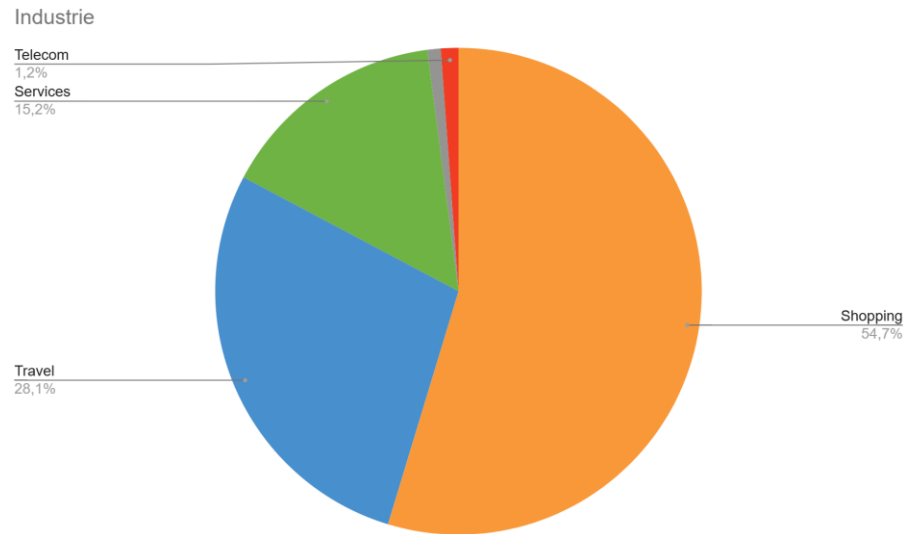
Publishers over de hele wereld vertrouwen op TradeTracker.

Met nieuwe tools en een gebruiksvriendelijk platform is TradeTracker de ontmoetingsplaats voor geweldige langdurige samenwerkingen.

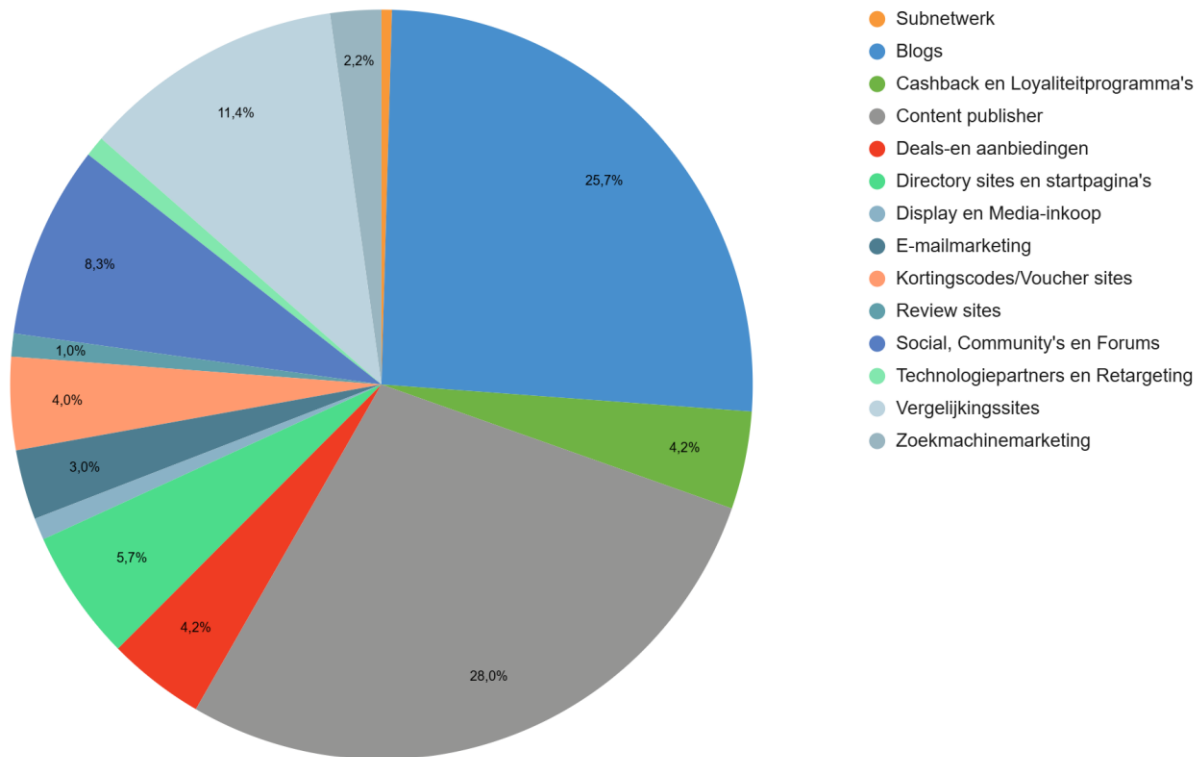


Industrie

- Shopping
- Travel
- Services
- Finance
- Telecom



Sitetypes



Exclusiviteit

37 %
Algemeen

45 %
Shopping

Atributie

32 %
Algemeen

55 %
Shopping

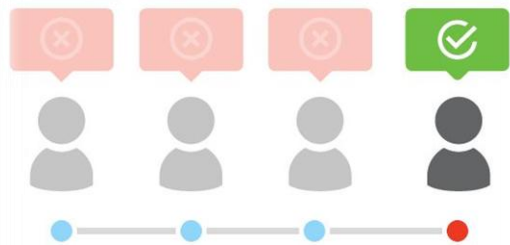




**Meer omzet met
Real Attribution**

Real Attribution

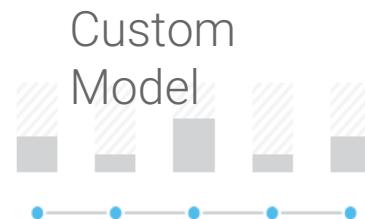
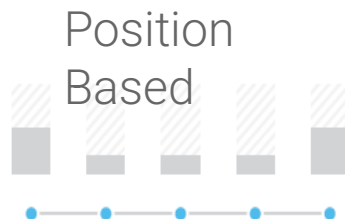
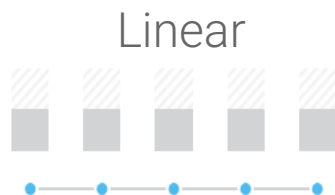
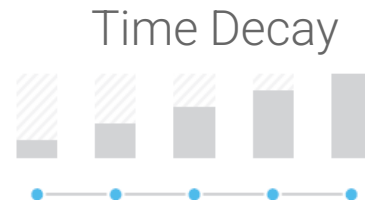
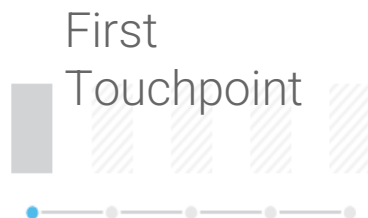
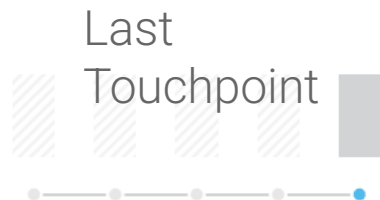
De Performance Marketing industrie werd gedomineerd door de hardnekkige **Last Click**, waarbij men voorbijgaat aan de contributie van overige publishers uit het conversiepad.

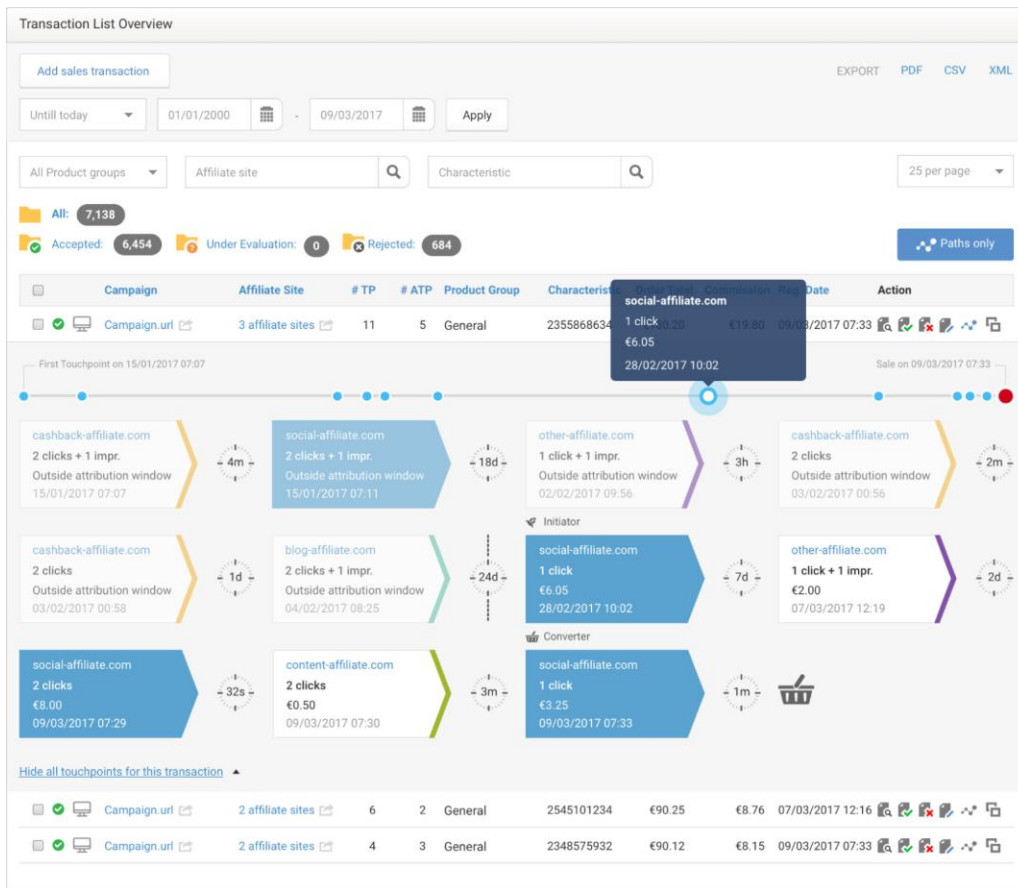


Tijdens de customer journey bezoeken consumenten verschillende websites. **Alle betrokken publishers** worden nu eerlijk beloond, wat resulteert in meer promotie en een hoger rendement.



Real Attribution





Conversion path affiliate site report - TradeTracker

This year

01/01/17

–

31/12/17

Apply

EXPORTPDFCSVXML

Affiliate site

25 per page

My Reports

Affiliate site	Conversion path interaction (total)				Position distribution	Path length										Action
	# Initiator	# Assist	# Converter	# Involved		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10+	
Affiliate A	336	2,085	471	2,892		40	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate B	372	2,001	519	2,892		40	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate C	378	2,020	491	2,889		37	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate D	347	2,131	411	2,889		37	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate E	321	2,137	427	2,885		33	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate F	413	1,990	481	2,884		32	0	0	0	0	14	54	67	2,717		
Affiliate G	262	1,507	293	2,062		22	0	0	0	0	14	54	65	1,907		
	2,429	13,871	3,093	19,393		-	-	-	-	-	-	-	-	-		





BE VS NL

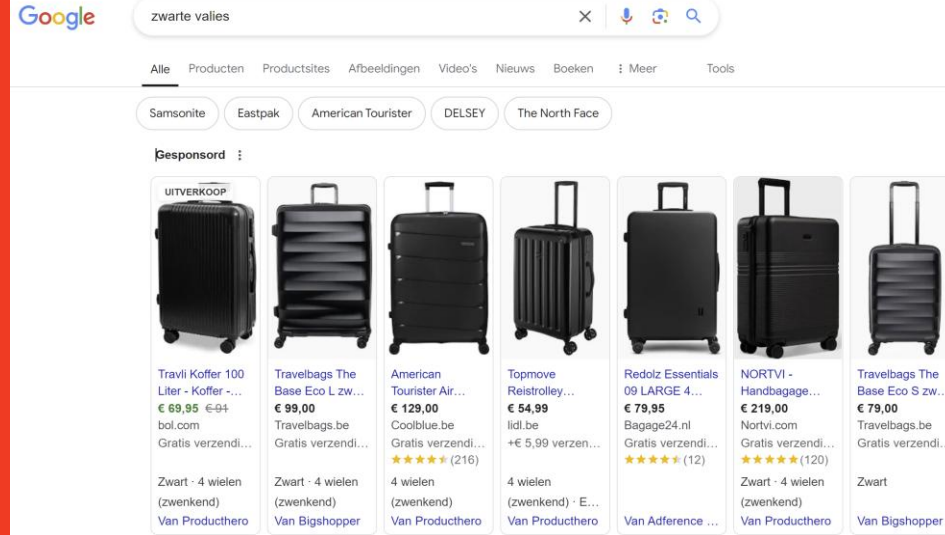
Kenmerken BE

- 11.75 miljoen inwoners
 - BENL: 6.8 miljoen
 - Brussel: 1.2 miljoen
 - BEFR: 3.7 miljoen
 - Duits: 80K
- Nooit copy past content noch beleid
- Online aankoopgedrag



Aankoop gedrag

- Vertrouwen **online**
 - Drempel aankoopbedrag
 - Mening derden (*review*)
 - Digitale aankopen stijgen!
 - Mobiele optimalisatie



Aankoop gedrag

- Vertrouwen in het **merk**
 - 40% winkelt bij dezelfde 3 webshops, zeer loyaal
 - Het BeCommerce-label is bekend bij Belgische consumenten
 - Combi offline en online



Enkele verschillen

- 12% koopt buiten NL
- €36 miljard online gekocht
- 86.7% online koopbereidheid
- 32% online share (vs total)



- 55% koopt buiten BE
- €17.4 miljard online gekocht
- 89% online koopbereidheid
- 25.2% online share (vs total)



Weetje:



Wist je dat grote internationale merken sinds de jaren 80 België als testland gebruiken voor hun nieuwe producten of diensten?

Waarom?

Omwille van de grote verscheidenheid in culturen en de drie taalgemeenschappen.

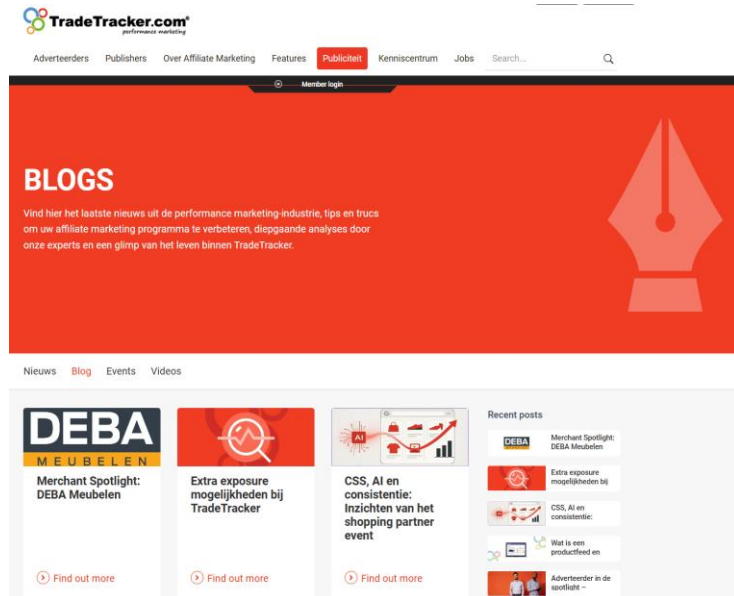




Meer dan een netwerk

Thema mailingen & nieuwsbrieven

- Maandelijks
- Adverteerders en publishers
- Publisher spotlight, merchant spotlight
- Blogs, nieuwe campagnes, acties...



Nieuwsbrief Juni



E-commerce trends in België

De Belgische e-commerce markt blijft sterk groeien en bereikt in 2024 een opvallend keerpunt: voor het eerst verloopt meer dan 25% van alle aankopen online. Uit het nieuwste rapport van Becom blijkt dat consumenten steeds vaker én meer online kopen. Zowel het aantal transacties als de bestedingen per persoon nemen toe – een signaal dat online shoppen definitief is ingeburgerd in het Belgische koopgedrag.

Maar wat betekent deze evolutie voor bedrijven? Welke sectoren winnen terrein? En hoe speel je als onderneming in op deze digitale verschuiving? Van de groeiende populariteit van speelgoed en elektronica tot het belang van een sterke omnichannel-aanpak: de trends van vandaag bepalen het succes van morgen.

In onze nieuwste blog duiken we dieper in de belangrijkste bevindingen uit het Becom Market Monitor 2024 rapport.

Ontdek welke inzichten je nodig hebt om je strategie voor 2025 toekomstgericht vorm te geven.

[Lees het hier!](#)

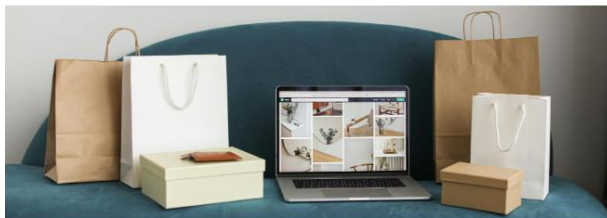
Nieuwe affiliates

Zomersolden



Zomersolden! 🛍️

De zon straalt, de dagen zijn lang en de vakantieplannen hangen in de lucht. Maar dat is niet alles... Het is ook hét moment om te profiteren van de zomersolden! Of je nu op zoek bent naar die perfecte zomeroutfit, een nieuwe gadget of een frisse look voor je huis — de zomersolden zijn jouw kans om te scoren aan de beste prijs. Ontdek de acties hieronder!



sacha

Vanaf 1 juli gaan de Solden officieel van start bij [Sacha.be](#) en je wil dit écht niet missen. Up to **50%** korting op jouw favoriete schoenen, tassen en accessoires.

Of je nu op zoek bent naar een paar stijlvolle sneakers, classy heels of dé perfecte tas... dit is hét moment om toe te slaan.

Aanbieding geldig van 01/07 - 31/07

[Promoot deze campagne](#)

Nieuwsbrief September



Black Friday 2025

Black Friday zal er sneller zijn dan je denkt! Heb je als affiliate een specifieke mediakit voor deze periode? Stuur die dan alvast vroegtijdig door, zodat we er mee aan de slag kunnen.

[Stuur je Black Friday mediakit door!](#)

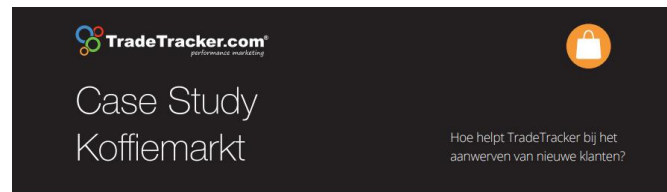


Merchant spotlight: DEBA Meubelen

Volgende maand staat helemaal in het teken van oktober woonmaand – en dat is hét moment om een van onze waardevolle partners in de kijker te zetten: [DEBA Meubelen](#). Dit Belgische familiebedrijf bestaat al meer dan 75 jaar en is ondertussen meer dan 5 jaar actief binnen TradeTracker. Vanuit hun ruime toonzaal in Belsele én via hun inspirerende webshop helpen ze consumenten hun woning om te toveren tot

Case studies

- Adverteerders
- Data & inzichten
- Resultaten



Introductie

Koffiemarkt is één van de belangrijke spelers in de Belgische koffiewebshopmarkt. Met een ruim aanbod van zowel eigen merken als topmerken zoals Ily, Lavazza, Gran Maestro Italiano, Segafredo en Celeste d'Oro, vind je er altijd jouw favoriete koffie. Dankzij de gebruiksvriendelijke webshop, snelle levering en scherpe prijzen wordt koffienot nog toegankelijker. Bovendien staat Koffiemarkt garant voor betrouwbaarheid met het BeCom-keurmerk en een klantenservice die uitblinkt in persoonlijke ondersteuning.

Samenwerking TradeTracker

Koffiemarkt is sinds december 2017 actief bij TradeTracker België met de webshops Koffiemarkt en Cafori. Ook in Nederland werken we geruime tijd samen met Koffiemarkt, dan onder de naam Koffievoordeel. Deze samenwerking is op exclusieve basis waarbij ze gebruik maken van het Custom attributiemodel. Ze staan open voor heel wat sitetypes en willen graag inzetten op het aanwerven van zowel nieuwe als bestaande klanten.

Marktaandeel en concurrentie

Ongeveer 13% van de totale koffiemarkt wordt ingenomen door de zogenaamde 'Pure Play' spelers: bedrijven die zich volledig online op koffieverkoop richten, zoals Koffiemarkt. Binnen de B2C-markt vertegenwoordigt dit segment zelfs 22% van het marktaandeel. Koffiemarkt neemt binnen die groep een aandeel van ongeveer 10-20% in.

Onze focus ligt vooral op concurrentie met andere online koffieverkopers: enerzijds de grote webshops en online supermarkten, anderzijds de gespecialiseerde Pure Play spelers waarvan koffie de kernactiviteit is. Fysieke supermarkten beschouwen we bewust niet als directe concurrent, omdat hun klanten doorgaans sterk trouw zijn aan hun gewoontes en hun koopgedrag lastig te veranderen is.

koffiemarkt.be
JOUW SLIMME KOFFIEKEUZE

Industrie

Shopping

Segment

Eten en drinken

Samenwerking

Exclusief sinds 2017

Attributiemodel

Custom

Resultaten

10-15% nieuwe klanten door
affiliatie marketing



Barterdeals

HEMA



demicrapa Demi Crapa 🍷 ✨

Volgen

Bericht



1126 Volgend 21K Volgers 3M Likes

coffee, pink &
home reno



demi.crapa@me.com

🔗 linktr.ee/demicrapa

@HEMA België loves to see me
coming when I need a dopamine kick
🍷 ✨ #hema #hemabelgie #nijntje #
croissant #shophaul #shoplog
#stationary



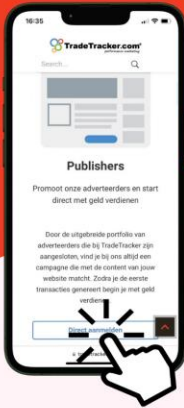
Influencers uitnodigen

- Infosessie voor content creators
- Ondersteuning van TradeTracker
 - Inspirerende setting
 - Goodies en attenties
- Directe connectie

22 mei 2025

AFFILIATE MARKETING WORKSHOP

voor Content Creators



Ken jij affiliate marketing al?

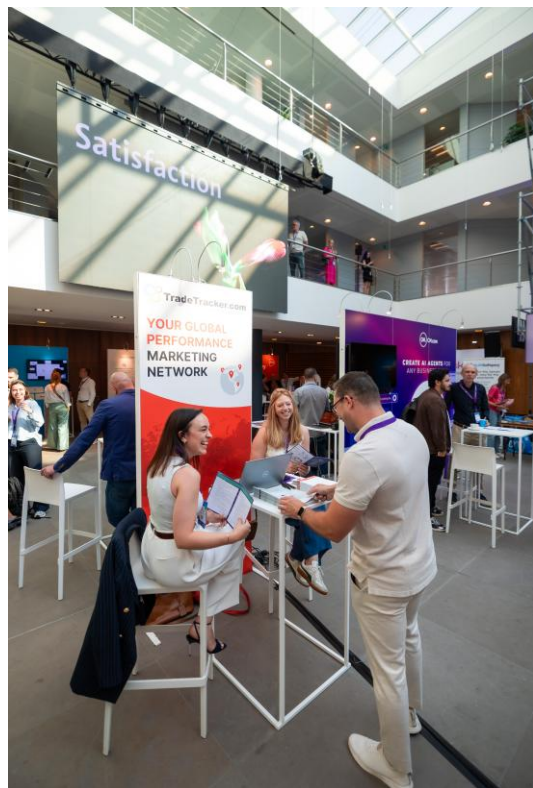
Dit is een eenvoudige manier om **extra inkomsten** te verdienen via je content, nieuwe merken te ontdekken en waardevolle samenwerkingen op te bouwen.

In onze workshop leer je wat **affiliate marketing** is, hoe ons platform jou kan helpen en met welke **topmerken** je makkelijk kan samenwerken.

Enkele van onze merken:

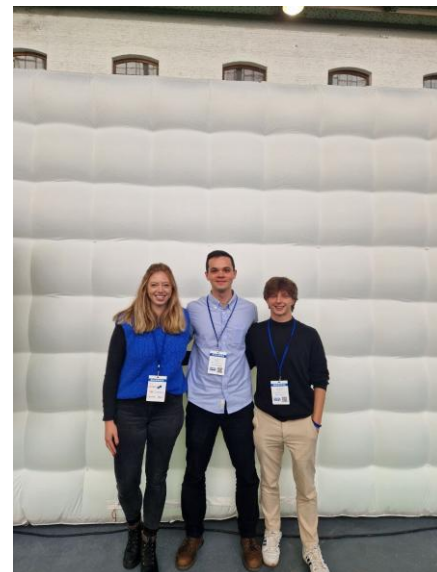








Digimedià
Think digital.





Features

Page tools

Linkreplacer

Automatische conversie scheelt een hoop tijd.

Geconverteerde links hebben minder snel last van fouten.

Bij de **stop** van een campagne zullen de links voor deze betreffende campagne weer teruggezet worden naar hun originele staat.

CleanLinking

Het grootste voordeel van het gebruik van CleanLinking is dat de links naar adverteerders niet direct zichtbaar zijn als zijnde trackinglinks, waardoor de links er beter en **betrouwbaarder** uitzien naar uw bezoekers toe.

Daarnaast geeft het u de mogelijkheid om naar campagnes van adverteerders te linken zonder dat u hierbij de Linkgenerator hoeft te gebruiken, aangezien de **reguliere link** simpelweg werkt.

Cookie instemming

Deze **EU Cookie Richtlijn** tool maakt het in een handomdraai mogelijk om met uw site(s) te voldoen aan deze wet.

Nadat u de eenmalige code op uw website geplaatst heeft, zal een **automatisch** dialoogvenster uw bezoekers informeren en daar waar nodig expliciet toestemming vragen voor het gebruik van cookies (iets dat vereist is in een aantal landen).



Home

Campagnes

Promotiemateriaal

Rapportage

Account

Apps

Banners

Tekstlinks

Incentives

Linkgenerator

Rotators

Productfeeds

PageTools

WebServices

E-mail Approval

WebServices - TradeTracker Belgium

Over webservices

TradeTracker's webservices geven u toegang tot een groot aantal van de belangrijkste functies die beschikbaar zijn in de affiliate software:

- Opvragen van **account** informatie;
- Opvragen van **campagne** informatie;
- Opvragen van **transactie** informatie;
- Genereren van geavanceerde **rapportages**;
- Opvragen van **product feed gegevens**;
- Opvragen van **betalingen**;
- Opvragen van **promotiemateriaal**.

U kunt hiermee bijvoorbeeld een koppeling maken tussen uw eigen systeem en het platform van TradeTracker. Daarnaast is het mogelijk om dynamische advertorials, shopping- en productoverzichten te genereren.

WSDL-locatie: <http://ws.tradetracker.com/soap/affiliate?wsdl>

Algemeen

Affiliatemanagement

AdMonitor

Overzicht

Account

Financieel

Mijn campagnes

Nieuws

ALGEMEEN

GEbruikers

WEBSERVICES

WebServices - TradeTracker Belgium

Over webservices

TradeTracker's webservices geven u toegang tot een groot aantal van de belangrijkste functies die beschikbaar zijn in de affiliate software:

- Opvragen van **account** informatie;
- Opvragen van **affiliate** informatie;
- **Beoordelen** van affiliatesites;
- Opvragen van **transactie** informatie;
- **Beoordelen** van lead- en sales transacties;
- Genereren van **rapportages**;
- Opvragen van **betalingen**;

U kunt hiermee bijvoorbeeld een koppeling maken tussen uw eigen systeem en het platform van TradeTracker. Daarnaast is het mogelijk om dynamische advertorials, shopping- en productoverzichten te genereren.

WSDL-locatie: <http://ws.tradetracker.com/soap/merchant?wsdl>

Hoe het werkt

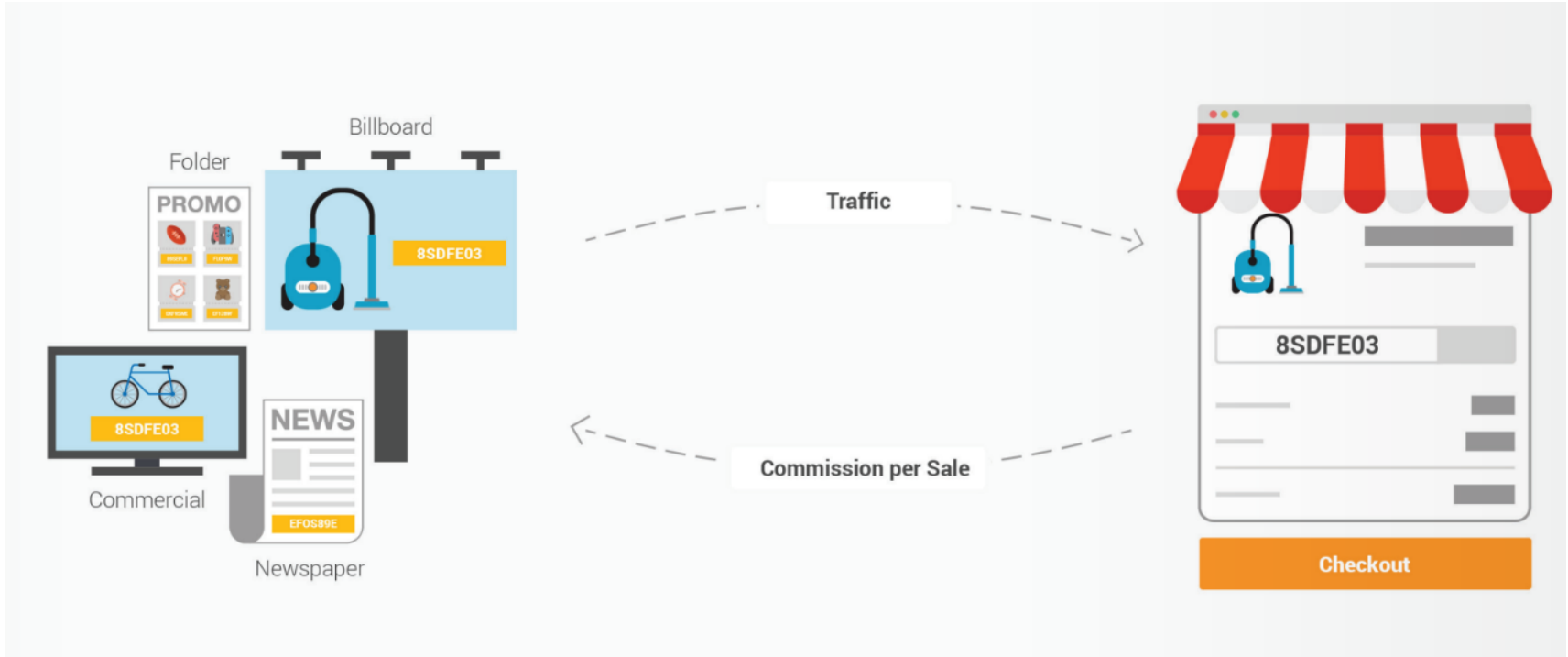
Onze webservices zijn gebaseerd op het **SOAP protocol**, wat een specificatie is voor het uitwisselen van gestructureerde informatie bij de implementatie van webservices. Om toegang te krijgen tot deze informatie dient u te beschikken over een zogenaamde "SOAP-client". Om het voor u makkelijker te maken om aan de slag te gaan hebben wij een aantal voorbeeldscripts in verschillende programmeertalen ter beschikking gesteld.

Aan de rechterzijde van deze pagina ziet u een overzicht van alle beschikbare methoden die u kunt gebruiken om informatie op te halen en te bewerken. U ziet hier ook een lijst van typen die bij deze methoden gebruikt worden. Klik hier op om meer gedetailleerde informatie te krijgen.

Ondersteuning

Hoewel TradeTracker ondersteuning biedt voor het verschaffen van toegang, het informeren over de beschikbare webservices en het oplossen van bugs, kan TradeTracker geen programmeerondersteuning bieden. Voor ondersteuning op dit gebied kunt u gebruik moeten maken van online programmeercommunities. Er zijn verschillende online bronnen en boeken die ondersteuning bieden voor het ontwikkelen van software die gebruik maakt van webservices.

Exclusieve voucher code



SALES CONVERSION SCRIPT EXAMPLE

```

1 <script type="text/javascript">
2   var ttConversionOptions = ttConversionOptions || [];
3   ttConversionOptions.push({
4     type: 'sales',
5     campaignID: 'CAMPAIGN_ID',
6     productID: 'PRODUCT_ID',
7     transactionID: 'ORDER_ID',
8     transactionAmount: 'ORDER_AMOUNT',
9     quantity: '1',
10    descrMerchant: '',
11    descrAffiliate: '',
12    vc: 'EXCLUSIVE_CODE',
13    currency: ''
14  });
15 </script>
16 // No editing needed below this line.
17 (function(ttConversionOptions) {
18   var campaignID = 'campaignID' in ttConversionOptions ? ttConversionOptions.campaignID : ('length' in ttConversionOptions && ttConversionOptions.length ? ttConversionOptions[0].campaignID : null);
19   var tt = document.createElement('script'); tt.type = 'text/javascript'; tt.async = true; tt.src = '//tm.tradetracker.net/conversion?s=' + encodeURIComponent(campaignID) + '&t=m';
20   var s = document.getElementsByTagName('script'); s = s[s.length - 1]; s.parentNode.insertBefore(tt, s);
21 })(ttConversionOptions);
22 </script>

```

Add new voucher code

Home voucher code *

10% off shirts

Category *

Apparel - H&M

Title *

10% off shirts

Target URL

Visible for affiliates

☐ yes ☒ no

Exclusive Affiliate

Symbols

Note that your conversion tracking script will need to send along the voucher code through the 'vc' property in your conversion tracking implementation. This will allow individual publishers to be exclusively rewarded based on the voucher code entered by your visitors. Please refer to our Implementation Guide for further instructions.

Also note that in case of using Exclusive voucher code on a CPA campaign, affiliate associated with the exclusive voucher code will always be registered as last touchpoint if exclusive voucher code is used.

Voucher code *

EXAMPLE_CODE10P50C

Valid from (YYYY-MM-DD) *

Save, and add another

Cancel

```

1 <script type="text/javascript">
2   var ttConversionOptions = ttConversionOptions || [];
3   ttConversionOptions.push({
4     type: 'sales',
5     campaignID: 'CAMPAIGN_ID',
6     productID: 'PRODUCT_ID',
7     transactionID: 'ORDER_ID',
8     transactionAmount: 'ORDER_AMOUNT',
9     quantity: '1',
10    descrMerchant: '',
11    descrAffiliate: '',
12    vc: 'EXCLUSIVE_CODE',
13    currency: ''
14  });
15 </script>
16 // No editing needed below this line.
17 (function(ttConversionOptions) {
18   var campaignID = 'campaignID' in ttConversionOptions ? ttConversionOptions.campaignID : ('length' in ttConversionOptions && ttConversionOptions.length ? ttConversionOptions[0].campaignID : null);
19   var tt = document.createElement('script'); tt.type = 'text/javascript'; tt.async = true; tt.src = '//tm.tradetracker.net/conversion?s=' + encodeURIComponent(campaignID) + '&t=m';
20   var s = document.getElementsByTagName('script'); s = s[s.length - 1]; s.parentNode.insertBefore(tt, s);
21 })(ttConversionOptions);
22 </script>

```



Optimaliseren

First party cookie (GA4)

- **Cookieregels:**

Voor het plaatsen van cookies, inclusief het opslaan of uitlezen van gegevens bij bezoekers, is toestemming nodig.

Alleen wanneer de cookie **noodzakelijk** is voor het goed werken van de website; zoals voor het tijdelijk bewaren van de taalkeuze, cookievoorkeuren of de inhoud van het winkelmandje of om de veiligheid van een bankapplicatie te garanderen.

De cookies voor Google Analytics of affiliatediensten vallen **niet** onder dit noodzakelijkheidsvereiste



Geldige toestemming:

1. Toestemming verkrijgen
2. Informeren van bezoekers

Jippie, cookies!

(tip: erg lekker bij je koffie...)

Om je beter en persoonlijker te helpen, gebruiken wij cookies en vergelijkbare technieken.

Om je een goed functionerende website te geven plaatsen we functionele cookies. Om onze website elke dag weer een beetje beter te maken plaatsen we ook analytische cookies.

Mocht je geen trek in cookies hebben en niet op OK klikken, plaatsen we alleen de functionele en analytische cookies. Klik op OK en de website zal optimaal functioneren als een heerlijk pruttelende koffiemachine.

Lees meer over cookies en je privacy op de [privacy](#) en [cookiestatementpagina](#).

Noodzakelijke cookies toestaan

Ja, alle cookies toestaan

Waar in **Nederland** voor deze cookies in sommige gevallen geen toestemming is vereist, is dat in **België** wél het geval.





Algemeen



Affiliatenmanagement

 België / Alle campagnes ☆  

Overzicht Account Financieel **Mijn campagnes** Nieuws

User ID: 323595 | Arne Van Craeyvelt

LUSTOVERZICHT

Campagne Berghoffhome.com - TradeTracker Belgium

Algemene informatie

URL

<https://www.berghoffhome.com/> 

Industry

Shopping

Categorie

Wonen, huis en tuin

Start datum

8/08/2025

Status

Online 

Trackingduur

30 dagen

Maximale keuringstermijn leads

1 maand

Maximale keuringstermijn sales

1 maand (gemiddeld 6 uur 48 minuten)

Prepayment

nee

Beschrijving

Clever by design. Loved for life.

Over **BergHOFF Home**

BergHOFF Home maakt keuken- en woonproducten die slim ontworpen en duurzaam zijn, lang meegaan, zonder het prijskaartje van een designermerk. We geloven dat iedereen essentials verdient die ons dagelijks leven makkelijker maken. Geen trends of wegwerproducten, maar wel premium home goods waar mensen echt blij van worden.



Acties bij deze campagne

- [Rapportage voor deze campagne](#)
- [Transacties bij deze campagne](#)
- [Tickets bij deze campagne](#)
- [Affiliatesites bij deze campagne](#)
- [Terug naar campagneoverzicht](#)

Promotiemateriaal

Berghoffhome.com heeft op dit moment 8 stuks promotiemateriaal beschikbaar.

- Apps: 0
- Image-banners: 0
- HTML-advertorials: 0
- Tekstlinks: 5
- Kortingscodes: 1
- Consumentenacties: 0
- Productfeeds: 1

Affiliate policies

- Zelf deeplinks maken: ja
- Referentie tracking: ja
- Zoekmachinemarketing: Niet toegestaan
- E-mailmarketing: **Bepikt**
- Cashback-sites: **Toegestaan**
- Kortingscodesites: **Toegestaan**

CROSS - Bewerk affiliatesite [Algemeen]

Algemeen

Tracking

Algemene gegevens

Naam

Trooper.be

Status

 Geaccepteerd

Sitetype

Social, Community's en Forums

Marktsegment

Goede doelen

Categorisation

Goede doelen

URL

<https://www.trooper.be>

Affiliatesite-beschrijving:

Trooper bundelt de koopkracht van verenigingen om hun werking te helpen financieren.



Campagne

[Koffiemarkt.be](#)

Titel

728 x 90 - Koffiekoopjes koffie...

AANGEMAAKT: 8/09/2025

GEWIJZIGD: -

[Code genereren](#)

[Toevoegen aan rotator](#)

koffiemarkt.be



Campagne

[Torfs.be](#)

Titel

728 x 90 - inzamelactie (tot 30...

AANGEMAAKT: 18/09/2025

GEWIJZIGD: -

[Code genereren](#)

[Toevoegen aan rotator](#)



Campagne

[Debameubelen.be](#)

Titel

728 x 90 - 5+1 stoelenactie aug...

AANGEMAAKT: 8/09/2025

GEWIJZIGD: -

[Code genereren](#)

[Toevoegen aan rotator](#)



TradeTracker Belgium

Campagne-update



Beste Demo Account

Hierbij een nieuwe campagne update waarin acties, vergoedingen en algemeen nieuws aan bod komt. Deze update behandelt de volgende items:

- [Mojogear.eu BE - Neck mount voor pov shots!](#)
- [TommyTeleshopping.be - 10% korting op koffiemachine!](#)
- [RAD.eu BE - Laatste september deals!](#)
- [Gorillasports.be - Herfstboost!](#)
- [Ali Express - Brand days!](#)
- [Wijnvoordeel.be - Superdeal!](#)

Met vriendelijke groet,

TradeTracker Belgium

Campagne-update



RAD.eu BE - Laatste september deals!

Consumentenacties

Laatste septemberdeals bij RAD.eu BE!

De zon hangt ondertussen wat lager, maar niet zo laag als de prijzen op REV'IT!, Alpinestars, HJC en Scorpion!

Profiteer nog snel van stevige kortingen op motorgear die z'n strepen al verdiend heeft. Laatste maten, vorige collecties en vergeten parels gaan eruit.

[Sla snel je slag!](#)

Actie geldig t.e.m. 30/09.

Promoot deze actie en verhoog je inkomsten!



Productfeeds

Identificatie	Naam	Beschrijving	Prijs	URL	Afbeelding	Categorieën	Extra																						
28533933	Calvin Klein Heren Footie High Cut Blauw Maat:...	Calvin Klein Calvin Klein Heren Footie High Cut BLAUW One Size	16.99	https://www.berca.com/nl/calvi...		Sokken	<table><tr><td>brand</td><td>▪ Calvin Klein</td></tr><tr><td>categoryPath</td><td>▪ Sokken</td></tr><tr><td>color</td><td>▪ BLAUW</td></tr><tr><td>deliveryCosts</td><td>▪ 6.95</td></tr><tr><td>deliveryTime</td><td>▪ 1</td></tr><tr><td>EAN</td><td>▪ 8720245219556</td></tr><tr><td>fromPrice</td><td>▪ 16.99</td></tr><tr><td>size</td><td>▪ One Size</td></tr><tr><td>stock</td><td>▪ 7</td></tr><tr><td>subcategories</td><td>▪ Sokken</td></tr><tr><td>subsubcategories</td><td>▪ Sokken</td></tr></table>	brand	▪ Calvin Klein	categoryPath	▪ Sokken	color	▪ BLAUW	deliveryCosts	▪ 6.95	deliveryTime	▪ 1	EAN	▪ 8720245219556	fromPrice	▪ 16.99	size	▪ One Size	stock	▪ 7	subcategories	▪ Sokken	subsubcategories	▪ Sokken
brand	▪ Calvin Klein																												
categoryPath	▪ Sokken																												
color	▪ BLAUW																												
deliveryCosts	▪ 6.95																												
deliveryTime	▪ 1																												
EAN	▪ 8720245219556																												
fromPrice	▪ 16.99																												
size	▪ One Size																												
stock	▪ 7																												
subcategories	▪ Sokken																												
subsubcategories	▪ Sokken																												



Ticket list overview - TradeTracker

[Send new ticket](#)EXPORT [PDF](#) [CSV](#) [XML](#)

All types ▾

All campaigns ▾

Subject



25 per page ▾

All: 7

Incoming: 3

Outgoing: 0

Closed: 4

☐	Campaign	Affiliate site	Subject	Most recent message by	Most recent message date ▾
☐	Campaign.url	Affiliate A	Hello	Publisher A	19/07/2016, 10:59
☐	Campaign.url	Affiliate B	Product Banners	Publisher B	04/04/2016, 18:42
☐	Campaign.url	Affiliate C	New Campaign	Publisher C	22/07/2015, 17:04
☐	Campaign.url	Affiliate D	Welcome	Publisher D	08/06/2012, 18:45
☐	Campaign.url	Affiliate E	Update	Publisher E	12/08/2010, 11:14
☐	Campaign.url	Affiliate F	This Month	Publisher F	28/04/2009, 08:56
☐	Campaign.url	Affiliate G	Nice to Meet You	Publisher G	21/04/2009, 11:42

Select action ▾

OK

Extra exposure mogelijkheden

Barterdea
|

CPAi
(verhoogde
commissie)

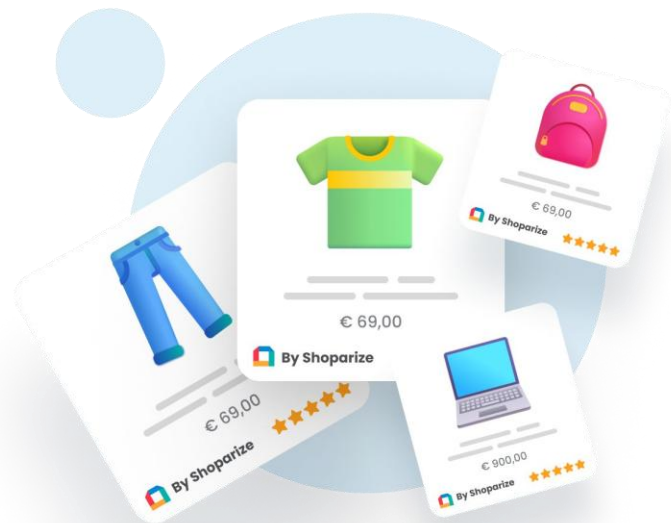
Fixed fee

Hybride
model

Exclusieve
kortingscod
e



Golden Quarter with Shoparize CSS



Comparison Shopping
Premium Partner 2025



1. **Why CSS**
2. **Insights: Golden Quarter**
3. **Strategy: How to prepare**
4. **Q&A**



Joep van den Boer
Chief Commercial Officer
Shoparize CSS



Comparison Shopping
Premium Partner 2025



CSS Partner

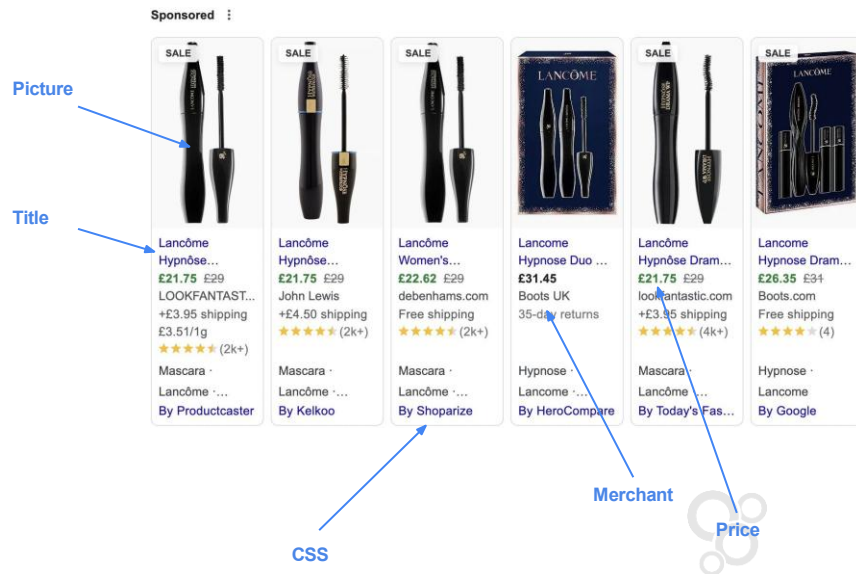
Comparison Shopping Service Partner



Shopping Ads

52% Of internet users use Google to **look up products** that they've seen before or to **discover new brands**

62% Of internet users use Google to look up products that they **want to purchase online** or at a local store at a later point



CSS Partners are part of marketing strategy of Advertiser

Advertisers can work with **multiple CSS Partners**

Each Advertiser can **show** one **product only once**

When working with **multiple CSS Partners** **CPCs for Advertiser** are not going up

airfryer ninja

All Products Images Videos Product sites News Web More Tools

Reviews Price Large Buy Recipe Size Online Professional

Sponsored

Product Image	Product Name	Price	Shipping	Merchant
	Ninja PRO airfryer 4,7 liter AF140EU Zwart	€95.00	Free shipping	By Bigshopper
	Ninja Foodi Dual Zone Airfryer AF300EU	€145.99	Free shipping	By Google
	Ninja AF180EU friteuse - Zwart - Laadvermogen 2 kg - XXL - 6...	€119.00	Free shipping	By Producthero
	Ninja Speedi 10-in-1 Multicooker, Airfryer en Multicooker, 5...	€159.00	Free shipping	By Kelkoo
	Ninja SL400EU friteuse - Grijs - Laadvermogen 2 kg - Grillrek - 2...	€208.00	Free shipping	By Producthero
	Ninja Airfryer MAX PRO 6, 2 Liter AF180EU	€119.99 €150	Free shipping	By Shoparize
	Ninja AF140EU friteuse - Zwart - Laadvermogen 1 kg - L - tot en m...	€108.00	Free shipping	By Producthero
	Ninja Double Stack Airfryer XXL	€199.99	Free shipping	By Shoparize

Merchant



Why CSS Partners are powerful vertical?



- Risk-free
- Performance based
- Incremental sales
- Transparent & direct traffic
- Advanced technology
- One click simple implementation



59 days

until

Black Friday

59 days
until
Black Friday



New Google narrative for Golden Quarter 2025



*The amount of spontaneous purchases **decreased** YoY: **BE: to only 30%***

Key Shopping Trends:

Always-On Shopping

Shoppers will **browse, research, and buy throughout the entire season** - not just during major sale days.

Value Driven Choices

Consumers will be **more price-conscious and intentional**, spending extra time **comparing deals and brands** to fit tight budgets.

Strategic & Social Shopping

Trust is shifting toward **personal recommendations** and social validation. Shoppers plan and start their holiday purchases earlier, so **early engagement** will be key.

EU Holiday Shopping Trends 2025

49% plan to start this holiday shopping earlier than last year

69% will do online research before buying

66% of e-commerce sales happen on mobile

52% consumers shop for 3+ people at a time



Holiday Shopping Trends 2025

- **Key Actions for Advertisers:**

- **Start campaigns early** to capture early planners
- Focus on **mobile-first**: fast loading, easy checkout
- Be present in **research & comparison** phase
- **Highlight bundles & deals** for multi-person shopping
- **Build trust** with social proof and **transparent pricing**



Working with CSS during peak

- In Q4, **CPCs go up** due to higher demand and competition
- **CPA** model focuses on **generating sales**
- **No risk** on paying for non-converting expensive clicks
- Gaining **additional visibility** in shopping carousel
- CSS as a **backup partner**



**What can we do to
max. CSS performance?**

#Golden Quarter



Feed optimisation



Competitive Pricing

Is your pricing competitive?
Consumers are looking for the best value for the price



Best deals

Labeling them in the feed or adding an extra column is the most optimal solution.



Update feed

This will ensure we don't waste our budget on clicks for out-of-stock items.



Product feed data

GTIN, title, descriptions, availability, size, colour, material, gender, unit price



Promotion Codes

available: DE, UK, FR, IT, ES, NL



Promotions

We help capture audience attention by adding promotional tags to products.



sale_price

attribute informs both Google and customers about price reductions and great deals.



CTR

Increase CTR



Conv. Rate

Increase Conversion Rate

Deals



35%

increase in searches for deal-seeking words in the UK.*

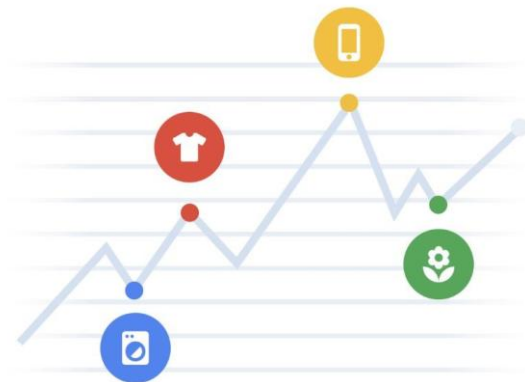
*in avg weekly searches in September 2023 compared to the same weeks in 2022.





CPAi

(commission increase)



More Visibility

Additional budget allows us to capture a wider audience



Productivity

Consistently strong results, despite higher costs.

The Advertiser's ROI is maintained



Costs Control

The CPA principle allows you to plan costs well in Q4. With a limited budget, we can set budget caps.



Rejection / Cancellation Rate

Many cancellations force us to drive more conservatively in order to compensate for the cancellations. Thanks to CPai, we are able to invest more in the campaign.





Loyalty pricing

available: DE, UK, FR



membership_price

Attribute that informs Google about exclusive discounts for members.



CTR

Increase CTR by signaling exclusive deals to loyal customers.



Grow Loyalty Base

by encouraging more users to sign up for your program.



Conv. Rate

Boost Conversion Rate by rewarding program members and driving repeat purchases.



Women's ReNew
Long Puffer Coat...

\$180.00

Members: \$90.00

Merchant name

4.3 ★★★★★ (1k+)

[Shop now](#)



Questions?

We'd love to hear from you

CSS Questions:

affiliate@shoparize.com

shoparize.com

