

DE BOL.COM STARTGIDS

Alles wat je moet weten om te starten én te schalen op bol.com

- › 14 hoofdstukken van mindset tot schalen
- › Productonderzoek stap voor stap op basis van data
- › 7 dure fouten vermijden die beginners geld kosten
- › Van 0 naar eerste product in 3 maanden

14+

HOOFDSTUKKEN

7

FOUTEN VERMEDEN

4

VERZENDOPTIES



**De mensen die succesvol worden zijn niet de mensen
met het beste startpunt. Het zijn de mensen die
beginnen, en niet stoppen.**

Samira & Soufiane, VITS

Voorwoord

Een eerlijk woord vooraf.

Wij zijn Samira en Soufiane. Geen ondernemers van de tweede generatie, geen mensen met een zakelijke opleiding of groot startkapitaal. Twee mensen die op een dag besloten dat er een andere manier moest zijn om een leven op te bouwen.

We begonnen op bol.com vanuit nul. We kozen verkeerde producten, verloren geld aan voorraad die niet verkocht, en maakten listings die niemand zag. Er waren momenten dat we twijfelden. Maar we stopten niet. We pasten aan, bouwden een systeem, en het begon te werken.

Deze gids is wat wij hadden willen hebben op dag één. Geen hype, geen beloftes. Alles wat je nodig hebt om te starten én de meestgemaakte fouten te vermijden.

- › Meerdere winstgevende producten live op bol.com
- › Een herhaalbare methode, voor ons én voor onze studenten
- › Een gezin van vijf dat leeft op zijn eigen voorwaarden

Wat onze studenten bereiken

Onze studenten komen binnen zonder ervaring en bouwen stap voor stap een winstgevende bol.com business op.

€3.800+ omzet na 3 maanden live	€12.000+ omzet na 6 maanden	4/5 ★ gemiddelde review score	30 dagen naar eerste bestelling
Student A	Geen e-commerce ervaring. Maand 3 eerste product live. Maand 6: €8.400 omzet in één maand.		
Student B	Fulltime in loondienst. Na 3 maanden live gegaan. Binnen 90 dagen tweede product. Nu €5.200 per maand.		
Student C	Begonnen met €2.500 startkapitaal. Eerste product uitverkocht in 3 weken. Maand 9: €3.800 vaste maandomzet.		

*Resultaten zijn voorbeelden van actieve studenten. Individuele resultaten variëren.

Wat je leert in deze gids

- 1 De mindset die je nodig hebt**
 - 2 Hoe bol.com werkt, het algoritme uitgelegd**
 - 3 Wat je nodig hebt om te starten**
 - 4 Jouw vier verzendopties**
 - 5 Productonderzoek, stap voor stap**
 - 6 Leveranciers vinden & onderhandelen**
 - 7 Je listing optimaliseren**
 - 8 Prijsstrategie & margeberekening**
 - 9 Bol.com advertenties, de basis**
 - 10 Reviews verzamelen**
 - 11 Klantenservice & verkopersscore**
 - 12 Schalen, van 1 naar meerdere producten**
 - 13 De 7 fouten die beginners geld kosten**
 - 14 Jouw volgende stap**
-

De mindset die je nodig hebt

Voordat we ingaan op het praktische, willen we iets zeggen dat de meeste mensen overslaan: je mindset.

Bol.com is geen automaat. Het is een platform met miljoenen bezoekers, maar ook duizenden verkopers die strijden om aandacht. De eerste maanden zijn voorbereiding: research, inkoop, opzetten. Als je doorzet en je eerste product na 3 maanden live gaat, begint het pas echt.

Realistische verwachtingen

Maand 1	Je leert het platform kennen, doet productonderzoek en zoekt een leverancier. Dit is de investering.
Maand 2	Je regelt alle administratie: KVK, BTW, partneraccount, EAN-codes. Je bestelt je eerste voorraad, bereidt je listing voor en zorgt dat alles voldoet aan de richtlijnen van bol.com.
Maand 3	Je eerste product gaat live. De eerste bestellingen komen binnen. Je leert wat werkt.
Maand 4 tot 6	Je optimaliseert, schaaft op en bereidt een tweede product voor.

De mentaliteit die je nodig hebt: je bouwt een asset, geen bijbaan. Elke dag dat je leert en test, bouw je iets dat op termijn voor jou werkt, ook als je slaapt.

Discipline boven motivatie

Motivatie voelt goed. Maar motivatie is grillig. De ene dag ben je vol energie, de andere dag wil je er niets van weten. Dat is normaal. Dat hoort erbij.

Het verschil tussen ondernemers die slagen en ondernemers die stoppen? Ze werken ook op de dagen dat het niet voelt. Ze sturen die leverancier een bericht ook als ze geen zin hebben. Ze optimaliseren die advertentie ook als er nog niets uitkomt. Niet omdat ze gemotiveerd zijn, maar omdat ze gedisciplineerd zijn.

Motivatatie

Komt en gaat
Afhankelijk van gevoel
Piek na inspiratie
Verdwijnt bij tegenslagen

Onbetrouwbaar

Discipline

Consistent aanwezig
Onafhankelijk van gevoel
Groeit door herhaling
Sterker bij tegenslagen

De basis van succes

Hoe het er in de praktijk uit ziet:

Dag 1	Week 2	Maand 1	Maand 3	Maand 6
Motivatatie hoog	Begint te zakken	Discipline start	Routine gebouwd	Resultaten zichtbaar

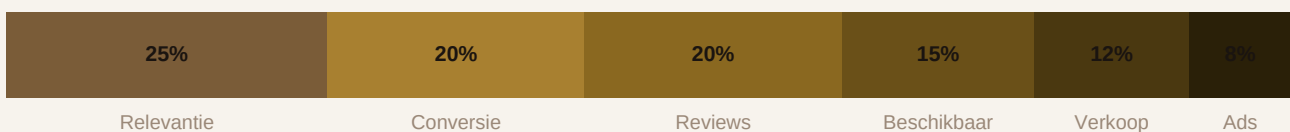
Ondernemen is niet elke dag leuk. Sommige taken zijn saai, frustrerend of onduidelijk. Discipline betekent: je doet ze toch. Dat is wat je onderscheidt van de mensen die stoppen.

Hoe bol.com werkt

Bol.com is een marktplaats. Je verkoopt niet op je eigen platform, je verkoopt op het platform van bol.com, dat verkopers beloont die hun klanten blij maken.

Het zoekalgoritme, gewicht per factor

Bol.com beoordeelt jouw product op meerdere factoren. Hoe beter jij scoort, hoe hoger je verschijnt.



- › **Relevantie:** Matcht jouw producttitel met de zoekopdracht? Gebruik exacte woorden die klanten intypen.
- › **Conversieratio:** Hoeveel mensen die jouw product zien, kopen het? Hoge conversie = hogere ranking.
- › **Reviews & score:** Hoe meer positieve reviews, hoe hoger je scoort. Essentieel, geen nice-to-have.
- › **Beschikbaarheid:** Is je product op voorraad en lever je op tijd? Hoe betrouwbaarder, hoe beter je scoort. LVB kan later een voordeel geven, maar is geen vereiste om te starten.
- › **Verkoopsnelheid:** Producten die snel verkopen krijgen meer zichtbaarheid.
- › **Advertenties:** Gesponsorde posities geven directe zichtbaarheid boven organische resultaten.

BELANGRIJK: Bol.com verdient alleen geld als jij verkoopt. Speel het systeem mee, niet tegen.

Wat je nodig hebt om te starten

Administratieve vereisten

- ✓ **KVK / KBO inschrijving**, In Nederland schrijf je je in bij de KVK. In België bij de KBO via een erkend ondernemingsloket. Een eenmanszaak is in beide landen voldoende om te starten.
 - ✓ **BTW nummer**, In Nederland automatisch aangevraagd via de Belastingdienst na je KVK inschrijving, geen extra kosten. In België activeer je je BTW-hoedanigheid via het ondernemingsloket na je KBO-inschrijving, hier zijn kosten aan verbonden.
 - ✓ **Zakelijke bankrekening**, Verplicht om privé en zakelijk gescheiden te houden. Vergelijk tarieven want deze lopen sterk uiteen per bank.
 - ✓ **Partneraccount bol.com**, Gratis aan te maken via partnerplatform.bol.com.
 - ✓ **EAN-codes**, Elk product heeft een unieke barcode nodig. Koop via GS1 of EANCodes.nl.
-

Kosten als bol.com verkoper

Kostenpost	Bedrag	Let op
Commissie bij verkoop	7 tot 17%	Afhankelijk van categorie, automatisch ingehouden
Vaste verzendbijdrage	€1,96 tot €5,95	Per bestelling. Telt zwaar mee in je marge.
LVB opslagkosten	Per dag/eenheid	Alleen bij LVB. >270 dagen: +40% toeslag.
Sorteercentrum kosten	Op basis van volume	Van toepassing als je zelf aanlevert.
Advertentiekosten	CPC (per klik)	Bijna onmisbaar voor een nieuw product.
Retouren	5 tot 20% v/d orders	Afhankelijk van categorie. Kost geld én tijd.
Boekhouder	Variabel	Sterk aanbevolen voor correcte BTW-aangifte.
Tools (Boloo, MarktMentor...)	±€30 tot €100 per maand	Optioneel maar waardevol voor productonderzoek.

Jouw vier verzendopties

Een van de grootste keuzes die je maakt is hoe je verstuurt. Er is geen universeel juist antwoord, de beste optie hangt af van je fase.

Vergelijking op één oogopslag

	Eigen vervoerder	Sorteercentrum	VVB	LVB ★
Kosten/pakket	■ Hoog	■ Lager	■ Laag	■ Medium
Opslag nodig	✓ Ja	✓ Ja	✓ Ja	✗ Nee
Bol.com verstuurt	✗ Nee	✗ Nee	✗ Nee	✓ Ja
Prime badge	✗ Nee	✗ Nee	✗ Nee	✓ Ja
Hogere ranking	✗ Nee	■ Soms	■ Soms	✓ Ja
Schaalbaar	✗ Laag	■ Medium	■ Medium	✓ Hoog
Ideaal voor	Eerste test	Fase 1–2	Groeiend	Schalen

OPTIE 01, Zelf verzenden via eigen vervoerder

Jij koopt in, verpakt thuis, verstuurt via PostNL/DHL/DPD. Ideaal voor de allereerste tests.

- ✓ Volledige controle
- ✓ Geen extra kosten via bol.com
- ✓ Ideaal om concept te testen
- ✗ Duurder per pakket
- ✗ Niet schaalbaar bij volume

OPTIE 02, Zelf verzenden via sorteercentrum

Je levert pakketten in bij een bol.com sorteercentrum. Goedkoper, voorraad blijft thuis.

- ✓ Goedkoper per pakket
- ✓ Geen opslagkosten
- ✓ Lage drempel
- ✗ Zelf aanleveren kost tijd
- ✗ Levertijden tellen mee

OPTIE 03, VVB, Verzenden via Bol

Je verstuurt zelf maar koopt verzendlabels via bol.com.

- ✓ Scherpere tarieven
- ✓ Voorraad in eigen beheer
- ✗ Levertijden tellen mee
- ✗ Zelf verpakken

OPTIE 04, LVB, Logistiek via Bol ★

Jij stuurt voorraad naar bol.com. Zij regelen opslag, verzending én retouren.

- ✓ Hogere ranking
- ✓ Prime-badge
- ✓ Bol.com regelt alles
- ✓ Meest schaalbaar
- ✗ Hogere kosten per eenheid
- ✗ +40% toeslag bij >270 dagen voorraad

WANNEER SWITCH JE NAAR LVB? Als je product consistent 5+ orders per dag doet, is LVB de logische stap. De tijdsbesparing en ranking-boost wegen zwaarder dan de extra kosten per eenheid.

Productonderzoek, stap voor stap

Het kiezen van het juiste product is de meest kritieke beslissing. Begin altijd met data, nooit met gevoel.

Van breed naar winnaar

Criteria voor een winnend product



- › **Zoekvolume:** Liefst minimaal 1000 zoekopdrachten per maand op bol.com. Producten met minder volume zijn te risicovol voor een eerste lancering.
- › **Concurrentieniveau:** Minder dan 20–30 verkopers in de categorie is ideaal voor starters.
- › **Nettomarge:** Minimaal 25–30% na ALLE kosten. Minder dan dit = te riskant.
- › **Verkoopprijs:** €15 tot €60 sweet spot. Te goedkoop geeft geen marge. Te duur geeft een te hoge drempel.
- › **Gewicht & formaat:** Klein en licht = lagere verzendkosten en LVB-kosten.
- › **Seizoenspatroon:** Kies producten met stabiele vraag het hele jaar.
- › **Retourgevoeligheid:** Kleding, schoenen, elektronica = hoge retourpercentages. Vermijd als starter.

Gratis tools voor productonderzoek

Tool	Type	Kosten
Bol.com zoekbalk	Gratis indicatie zoekvolume	Gratis
Bol.com bestsellers	Bewezen producten per categorie	Gratis
Google Trends	Check of interesse groeit of daalt	Gratis
Boloo	Productonderzoek & margeberekening	Betaald
MarktMentor	Concurrentieanalyse bol.com	Betaald
Helium 10	Uitgebreide Amazon/bol data	Betaald
Amazon.de/.nl	Vroege signalen voor bol.com trends	Gratis

Leveranciers vinden & onderhandelen

Je leverancier bepaalt je inkoopprijs, kwaliteit en levertijd. Een goede leverancier vinden is net zo belangrijk als een goed product vinden.

Waar vind je leveranciers?

- › **Alibaba.com:** De meest betrouwbare B2B-marktplaats voor starters. Zoek op Gold Supplier met minimaal 2 jaar actief. Wij raden Alibaba aan als eerste keuze vanwege het kopersbeschermingssysteem.
- › **1688.com:** Chinese versie van Alibaba, 20–40% goedkoper maar volledig in het Chinees. Gebruik Google Translate.
- › **Made-in-China.com:** Alternatief voor Alibaba met betrouwbare leveranciers.
- › **Faire.com:** Europese groothandel. Hogere prijs maar kortere levertijden en geen douaneproblemen.
- › **Lokale groothandels:** Snelle levering, geen invoerrechten. Vraag naar merkloze producten die jij kunt relabelen.
- › **Nederlandse importeurs:** Zoek "[producttype] groothandel Nederland". Hogere prijs, geen douanerisico.

Hoe beoordeel je een leverancier?

- ✓ Minimaal 2 jaar actief op het platform
 - ✓ Meer dan 50 transacties of beoordelingen
 - ✓ Responsieve communicatie (antwoord binnen 24u)
 - ✓ Bereid om een sample te sturen vóór grote order
 - ✓ Duidelijke productspecificaties en foto's
-

Onderhandelen, zo doe je het

- › Vraag altijd meerdere offertes op, minimaal 3 leveranciers voor hetzelfde product.
- › Gebruik concurrentie als hefboom: "Ik heb een offerte van €X, kun jij dat matchen?"
- › Onderhandel op MOQ, vraag of ze de minimale bestelhoeveelheid kunnen verlagen voor een eerste test.
- › Vraag om een gratis sample, serieuze leveranciers bieden dit aan.
- › Als de kwaliteit klopt, doe je meerdere frequente bestellingen. Dit geeft je echte onderhandelingsruimte op prijs en MOQ.

KWALITEITSCONTROLE: Bestel altijd een sample vóór je eerste grote order. Controleer: verpakking, productkwaliteit, maatvoering, gebruiksgemak.

Je listing optimaliseren

Je listing is je digitale winkel. Een slechte listing kost je elke dag geld, zonder dat je het doorhebt.

De perfecte producttitel

- ✓ Gebruik het hoofdzoekwoord als eerste woord in de titel
- ✓ Voeg relevante kenmerken toe: maat, kleur, materiaal, doelgroep
- ✓ Gebruik de woorden die klanten zelf intypen (niet jouw merkjargon)
- ✓ Maximale lengte: 150 tekens, gebruik ze bijna volledig

✗ **SLECHT:** "Ergonomische kantoorstoel Model X"

✓ **GOED:** "Bureaustoel Ergonomisch met Lendensteun, Verstelbare Hoogte, Zwart, Voor Thuiswerken"

Productfoto's

Hoofdfoto	Witte achtergrond, geen tekst of logo. Bol.com verplichting.
Gebruiksfoto	Product in realistische omgeving.
Detailfoto	Close-up van unieke kenmerken. Bouwt vertrouwen.
Vergelijkingsfoto	Toon maten of schaal. Vermindert retouren.
Infographic	Foto met tekst over features. Werkt goed als 3e of 4e foto.

Listing checklist

- ✓ Titel bevat hoofdzoekwoord als eerste woord
- ✓ Minimaal 5 foto's (hoofdfoto op wit + 4 sfeer/detail)
- ✓ 5 bullet points met de sterkste voordelen
- ✓ Beschrijving van minimaal 500 woorden
- ✓ Alle productattributen volledig ingevuld
- ✓ EAN-code correct ingevuld

Prijsstrategie & margeberekening

Te laag = geen winstgevendheid. Te hoog = geen verkoop. De sweet spot vinden vereist data.

Visualisatie van je marge, voorbeeld €29,99 product

Volledige margeberekening

Verkoopprijs	100%
Inkoopprijs	27%
Commissie	12%
Verzending	10%
Advertenties	5%
Retouren & overig	6%
NETTOMARGE	40%

Post	Voorbeeld	Jouw product
Verkoopprijs	€ 29,99	€ ____
Inkoopprijs (incl. import)	€ 8,00	€ ____
Bol.com commissie (12%)	€ 3,60	€ ____
Vaste verzendbijdrage	€ 2,95	€ ____
LVB opslagkosten	€ 0,80	€ ____
Advertentiekosten	€ 1,50	€ ____
Retouren (10%)	€ 0,80	€ ____
NETTOMARGE	€ 12,34 (41%)	€ ____

ONS ADVIES: Werk alleen met producten waar je minimaal 25–30% nettomarge op haalt na alle kosten. Alles daaronder laat geen ruimte voor tegenvallers, prijsdalingen of extra advertentiekosten.

Prijsstrategie per fase

- › **Lancering (week 1 tot 4):** Prijs iets lager dan de concurrentie om eerste verkopen en reviews te genereren.
- › **Groei (maand 2 tot 3):** Verhoog de prijs stapsgewijs zodra reviews binnenkomen.
- › **Stabilisatie:** Vind de prijs waarbij conversie en marge optimaal zijn. Pas aan op basis van seizoen en concurrentie.

Bol.com advertenties, de basis

Zonder advertenties is het vrijwel onmogelijk om als nieuw product gevonden te worden.

ACOS, streef naar deze zones

ACOS = Advertentiekosten / Advertentieomzet × 100%

<15% Uitstekend	15 tot 25% Goed	25 tot 40% Acceptabel	>40% Te hoog
--------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

Je eerste campagne opzetten

Automatische campagne starten

1

Partnerplatform, Adverteren, Nieuwe campagne, Automatisch. Dagbudget €5 tot €10. Startbod €0,30 tot €0,50.

Data verzamelen (14 dagen)

2

Minimaal 14 dagen lopen zonder aanpassingen. Het algoritme leert wie klikt en wanneer koopt.

Analyseren & optimaliseren

3

Sluit niet-converterende zoekwoorden uit. Verhoog boden op woorden die wél verkopen.

Handmatige campagne toevoegen

4

Top-5 converterende zoekwoorden in een handmatige campagne. Combineer met automatisch.

Reviews verzamelen

Reviews zijn de valuta van vertrouwen op bol.com. Een product met 50 reviews verkoopt altijd beter dan een identiek product met nul reviews.

De groeicurve van reviews

0	10	50	100
Start	10 reviews	50 reviews	100+ reviews
Reviews	Effect		
0 reviews	Nauwelijks organisch zichtbaar, hoge advertentiekosten nodig		
1 tot 10 reviews	Eerste organische positie mogelijk, conversie stijgt		
10 tot 50 reviews	Merkbare stijging in ranking en vertrouwen		
50 of meer reviews	Sterke organische positie, advertentiekosten kunnen dalen		
100 of meer reviews	Marktpositie gebouwd, moeilijk te verslaan door nieuwkomers		

Hoe je reviews verzamelt

- › Gebruik het ingebouwde reviewverzoeksysteem van bol.com na elke levering.
- › Wees consistent, stuur na elke levering een verzoek.
- › Zorg voor een goede klantervaring: snelle levering, correcte omschrijving, goede verpakking.
- › Vraag NOOIT om specifiek een 5-ster review, dit is tegen de voorwaarden van bol.com.

Klantenservice & verkopersscore

Bol.com beoordeelt jou als verkoper continu. Een lage score leidt direct tot minder zichtbaarheid.

KPI	Doel	Uitleg
Levertijdprestatie	>95%	Bestellingen op tijd geleverd
Annuleringspercentage	<2%	Bestellingen die je annuleert na plaatsing
Retourpercentage	Laag houden	Hoge retouren = slechte productverwachting
Reactietijd klanten	<24u	Hoe snel beantwoord je klantvragen?
Klantbeoordeling	>4,0 ★	Gemiddelde review score
Track & trace	100%	Altijd verzendmeldingen sturen

Praktische tips

- › Beantwoord alle vragen binnen 24 uur, dit telt mee voor je score
- › Gebruik standaard antwoorden voor veelgestelde vragen
- › Bij klacht: bied altijd eerst een oplossing aan, stel vragen later
- › Retourverzoeken: accepteer ze snel en soepel, dit verbetert je score
- › Communiceer altijd via bol.com's eigen berichtensysteem
- › Monitor je verkopersscore wekelijks via het partnerplatform

Schalen, van 1 naar meerdere producten

Het doel is niet één winstgevend product. Het doel is een systeem dat meerdere producten draait met minimale dagelijkse aandacht.

Wanneer ben je klaar om te schalen?

- ✓ Je eerste product draait stabiel winstgevend (minimaal 4 weken)
- ✓ Je verkopersscore is groen op alle KPI's
- ✓ Je hebt minimaal 10 reviews op je eerste product
- ✓ Je LVB-logistiek vraagt minder dan 1 uur per week
- ✓ Je cashflow is positief, je hebt werkkapitaal voor een tweede product

De schaalmethode

Schaal je winnende product eerst op

1

Verhoog voorraad, verhoog advertentiebudget, optimaliseer listing. Haal het maximale uit wat al werkt.

Voeg een complementair product toe

2

Zelfde doelgroep = kruis-verkoop kans.

Bouw een portfolio van 5–10 producten

3

Met 5 winstgevende producten creëer je stabiliteit.

4

Automatiseer en delegeer

Klantenservice, voorraadbeheer, advertenties, uitbesteden of automatiseren zodra systemen staan.

GOUDEN REGEL: Schaal nooit uit angst voor stagnatie. Schaal omdat data aantoont dat je fundament solide is.

De 7 fouten die beginners geld kosten

Wij maakten ze allemaal. Jij hoeft dat niet te doen.

1 Je kiest een product op gevoel

Bij ons lagen 200 stuks van een product maanden lang in het magazijn. De markt bepaalt wat verkoopt, niet jouw smaak.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Gebruik data: Boloo, MarktMentor of bol.com bestsellers
- ✓ Kijk naar concurrentie: verkopers, prijzen, reviews
- ✓ Bereken marge vóórdat je inkoopt

2 Je berekent te weinig marge

Je koopt voor €8, verkoopt voor €25. Dan komen commissie, verzending, BTW, retouren, ads. Ineens: €1,20 marge.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Bereken de volledige kostprijs inclusief alle kosten
- ✓ Minimaal 25–30% nettomarge of niet doen

3 Je listing is niet op orde

Vage titel, leveranciersfoto, generieke tekst. De klant klikt weg. Conversie laag. Bol.com rangschikt je lager.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Titel: exacte zoekwoorden
- ✓ Foto's: wit + sfeer + detail
- ✓ Beschrijving: schrijf als koper, niet als verkoper

4 Je geeft advertenties geen tijd

Na drie dagen weinig resultaat, je stopt. Maar het systeem heeft 14 dagen nodig om te leren.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Geef elke campagne minimaal 14 dagen
- ✓ Analyseer pas daarna

5 Je versnippert je aandacht

Tien producten tegelijk = alles half doen.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Begin met één product, één
- ✓ Pas bij stabiel winstgevend product voeg je een tweede toe

6 Je vraagt geen reviews aan

Tevreden klanten laten zelden reviews achter. Ontevreden klanten des te vaker.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Gebruik het reviewverzoeksysteem na elke levering
- ✓ Doe dit consistent

7 Je geeft te vroeg op

Je stopt, misschien twee weken voor het omslagpunt.

WAT JE IN PLAATS DAARVAN DOET:

- ✓ Geef een product minimaal 60–90 dagen
- ✓ Stop alleen op basis van data, nooit op gevoel

Jouw volgende stap

Je weet nu hoe bol.com werkt. Je weet welke verzendoptie past bij welke fase. Je weet hoe je producten onderzoekt, leveranciers vindt, een listing optimaliseert, advertenties opzet en reviews verzamelt.

Maar kennis is niet hetzelfde als uitvoering. Het verschil tussen iemand die een tijdje probeert en stopt, en iemand die een winstgevende bol.com business opbouwt, zit in begeleiding, feedback en een systeem dat werkt.

Wat je leert in het VITS E-Commerce Traject

- › Ons exacte productonderzoek systeem, winnend product in 30 dagen
- › Leveranciers vinden, beoordelen en de beste deal onderhandelen
- › Een listing bouwen die echt converteert, titels, foto's, copy
- › Bol.com advertenties opzetten, analyseren en optimaliseren, stap voor stap
- › Schalen van 1 naar meerdere winstgevende producten
- › Persoonlijke begeleiding, wekelijkse calls, directe toegang, eerlijk advies
- › Toegang tot onze VITS community van gelijkgestemde ondernemers

KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP?

DM ons op Instagram

TRAJECT

Gratis kennismakingsgesprek van 20 minuten.

Geen verplichtingen. Geen verkooppraatje. Gewoon een eerlijk gesprek.

VITS, Van Idee Tot Succes · @van.idee.tot.succes

Klaar om te beginnen?

Stuur ons een DM op Instagram

DM ons: TRAJECT

Gratis kennismakingsgesprek van 20 minuten.

Geen verplichtingen. Geen verkooppraatje.

Wat je hebt geleerd in deze gids

- ✓ Hoe het bol.com algoritme werkt
- ✓ Welke verzendoptie past bij jouw fase
- ✓ Productonderzoek op basis van data
- ✓ Leveranciers vinden en onderhandelen
- ✓ Je listing optimaliseren voor conversie
- ✓ Advertenties opzetten met een goede marge
- ✓ De 7 fouten die beginners geld kosten