

# Channable Whitepaper

Ben jij klaar voor  
Black Friday 2020?

Bereid je met deze  
whitepaper voor op alle  
trends en veranderingen  
die jouw branche te  
wachten staan de  
aankomende tijd.

# Black Friday 2020



- 01 Verwachtingen Black Friday 2020
- 02 Wat betekent social distancing voor jouw bedrijf?
- 03 Geschiedenis van Black Friday
- 04 De verwachte uitgaven van consumenten op Black Friday
- 05 Industrie pagina

## Verwachtingen Black Friday 2020

Black Friday zal er dit jaar anders uitzien dan we gewend zijn. Omdat er in veel landen over de hele wereld nog steeds veel social distancing regels van kracht zijn, MOET elke retailer wel een sterke online aanwezigheid hebben. Daar komt dus bij kijken dat geen enkele aankoop verloren mag gaan of over het hoofd mag worden gezien door de hoge vraag en de concurrentie online.

**20%** Volgens Adobe Analytics zal de verkoop van Black Friday en Cyber Monday in 2020 met bijna 20% toenemen in vergelijking met de verkoop in dezelfde periode in 2019.

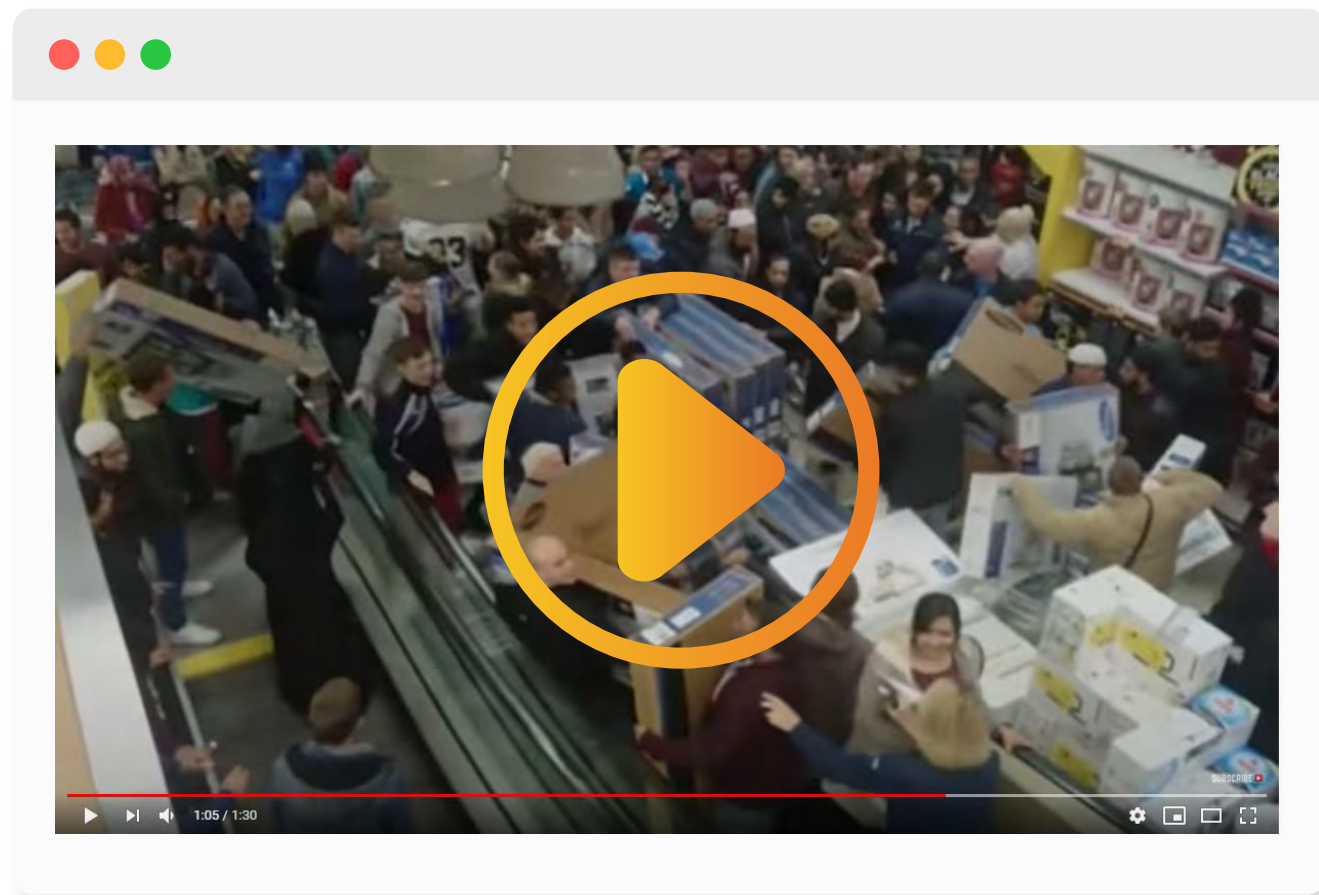
Uit een onderzoek van Wells Fargo blijkt dat 70% van de consumenten niet van plan is om snel terug te keren naar fysieke winkels. Dit betekent dat de stijging van 25% naar 30% in het marktaandeel van e-commerce in het totaal aantal verkopen vóór COVID-19 zal aanhouden.

**70%**

In deze whitepaper bereid Channable jouw helemaal voor op de uitdagingen, trends en veranderingen die jouw branche te wachten staan richting de feestmaanden. Je leest o.a. wat je nodig hebt om je zichtbaarheid te vergroten, succesvol online te verkopen, en de concurrentie voor te blijven.

## Wat betekent social distancing voor jouw bedrijf?

Traditioneel wordt Black Friday als het begin gezien van het feestdagen shopping seizoen in de VS. Het loopt van de vrijdag na Thanksgiving (27 november) tot het einde van Cyber Monday (30 november). De meeste bedrijven zullen echter vanaf het begin van de week tot het einde van Cyber Monday een of andere vorm van korting aanbieden.

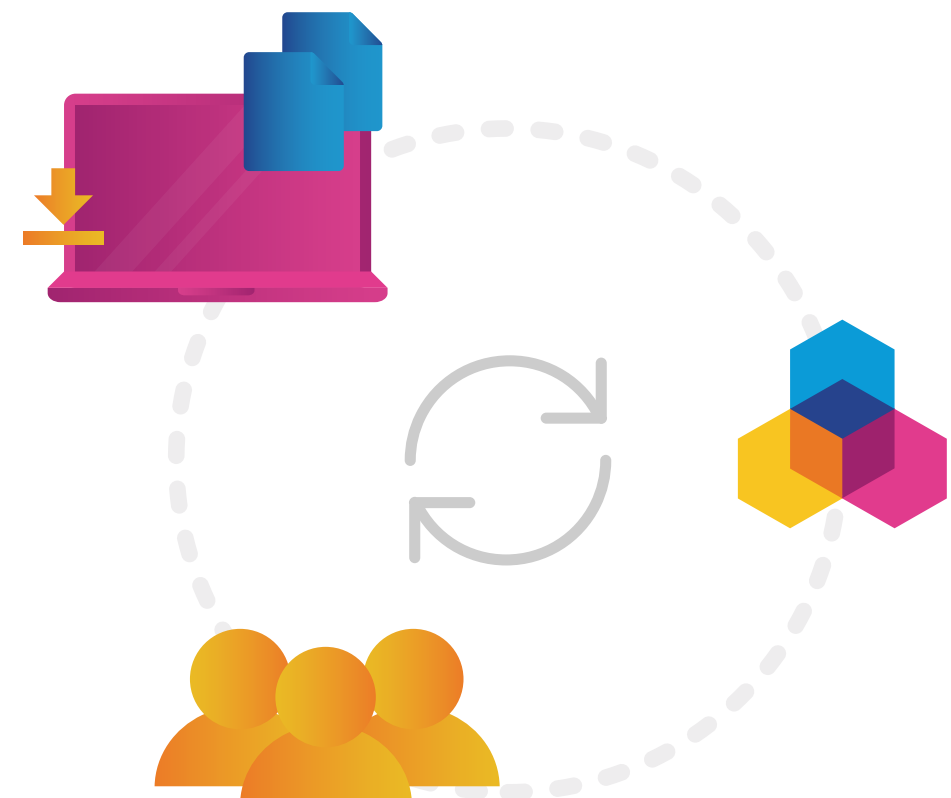


Dit jaar is anders. Social distancing zal blijven in 2020. Deze verschuiving dwingt verkopers die eerst de voorkeur gaven aan aanbiedingen op artikelen in fysieke winkels, zich te richten op hun online aanbod.

Als gevolg van COVID-19 zijn de uitgaven van online shopping al met 59% gestegen vergeleken met dezelfde tijd vorig jaar. Dit leidt tot meer vertrouwen van de consument bij het online kopen en creëert de perfecte mogelijkheid voor verkopers om alles uit hun online aanwezigheid te halen en zoveel mogelijk te verkopen.

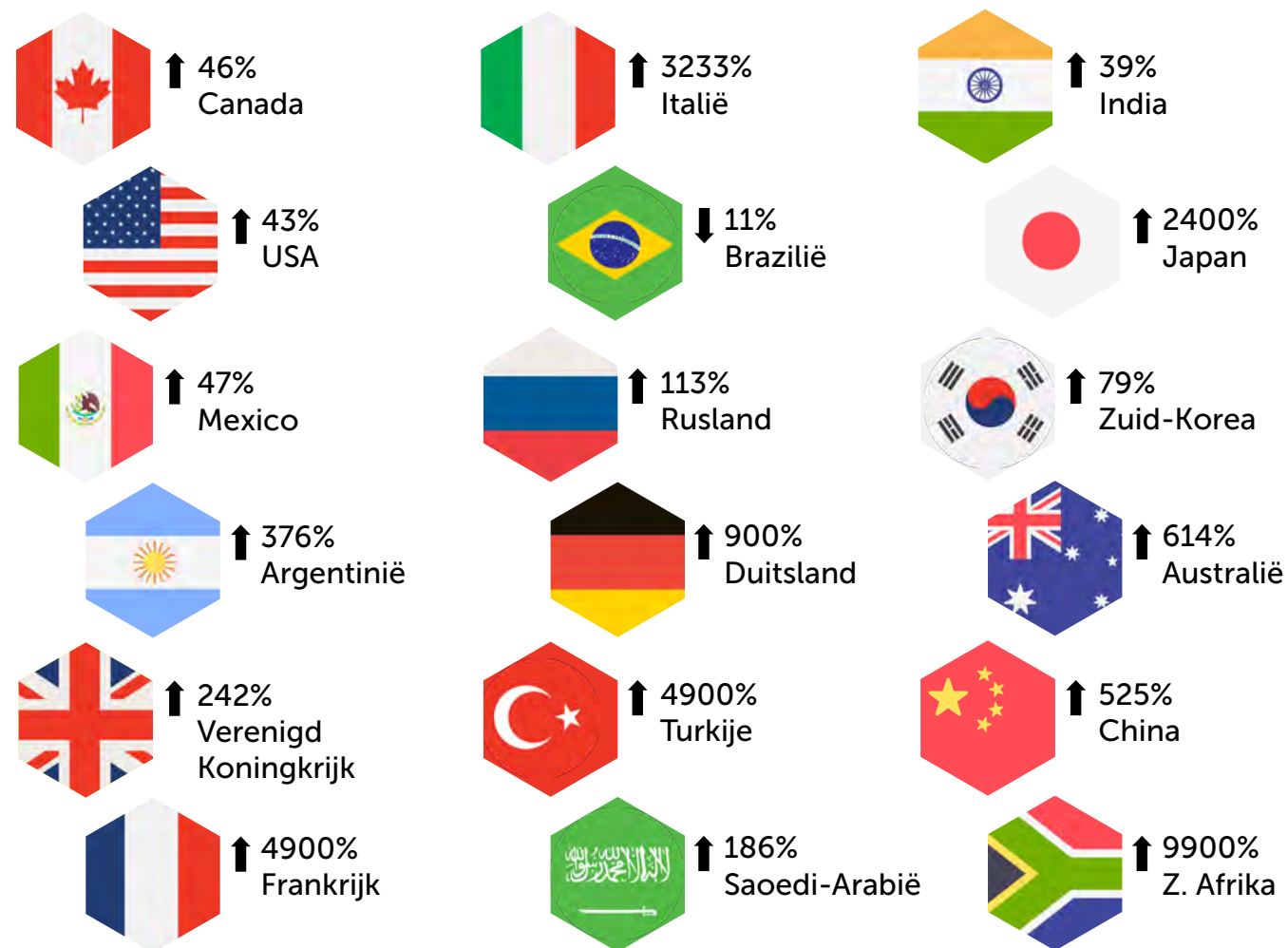
# 59%

Omdat verwacht wordt dat er meer online wordt geadverteerd dan ooit tevoren, kan een datafeed automatiseringstool, zoals Channable, erg handig zijn. Channable zorgt ervoor dat de juiste aanbiedingen getarget zijn op de juiste consumenten op het juiste moment. Daarnaast beheer je met de tool alles eenvoudig en snel, in deze drukke tijden en met de grote vraag naar producten.



# Geschiedenis van Black Friday

Sinds de jaren tachtig wordt de term "Black Friday" door de detailhandel gebruikt om te verwijzen naar die ene dag van het jaar waar bedrijven eindelijk "in het zwart" gaan staan (winst maken) na een groot deel van het jaar "in het rood" te hebben gestaan. Met betere verkoopcijfers die elk seizoen hoger liggen, is Black Friday een wereldwijd fenomeen geworden. Voor veel bedrijven bepaalt Black Friday nog steeds de quota en de marketingstrategie, en is het een niet te missen kans.



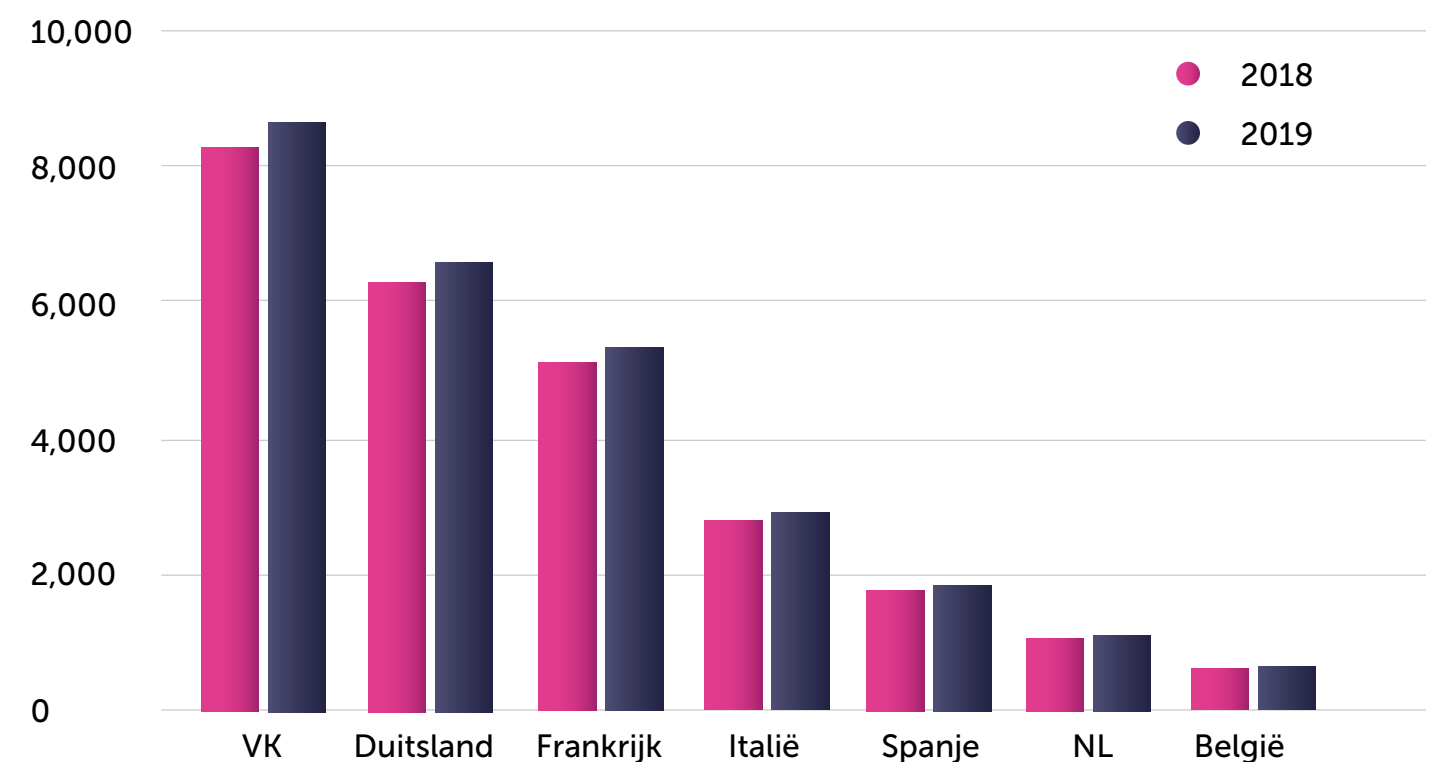
Groei van interesse in Black Friday in de afgelopen 5 jaar. Bron: Google Trends

## De populariteit van Black Friday in het buitenland

Oorspronkelijk was het een event dat het feestdagenseizoen in de VS inluide, maar Black Friday heeft zich snel over de hele wereld verspreid. De grootste Black Friday markten zijn het Verenigd Koninkrijk, de VS en Canada. Ook in andere belangrijke markten neemt de verkoop jaar na jaar toe. Er is bijvoorbeeld een enorme groei geweest in landen als Frankrijk, China en Zuid-Afrika.



Een voorbeeld: Britse shoppers zijn van plan om meer dan 56% van hun feestdagenbudget online uit te geven dit jaar, tegenover 48% in 2019. Slechts 9% van de consumenten zei dat ze uitsluitend in de winkel zullen winkelen. Dit is een trend die vergelijkbaar is in andere grote landen. Verkopers moeten zich hier zeker op voorbereiden, anders lopen zij een hoop inkomsten mis.



Waarde van verkopen tijdens Black Friday en Cyber Monday in 2018 met een prognose voor 2019 (in miljoen GBP)  
Bron: Statista.com





# De verwachte uitgaven van consumenten op Black Friday

Als we kijken naar in welke branche consumenten van plan zijn iets te gaan kopen tijdens de feestmaanden dit jaar, is elektronica & technologie nog steeds het populairst wat betreft interesse en verkoop.



Het kennen van de industrie, je publiek, en wat hun intentie is om te kopen, kan je verder helpen om jouw marketingstrategie te verbeteren en campagnes te op te zetten. Een voorbeeld: de gemiddelde 35-44 jarige Britse man zal rond de feestdagen £261 uitgeven. 53% van dat budget gaat naar elektronica. Dit leidt tot £138 aan koopkracht in de zoektocht naar cadeaus in de elektronica- en technologiebranche. Dit is natuurlijk enkel een voorbeeld uit het Verenigd Koninkrijk.

Op basis van vergelijkbare aantallen in meerdere markten zullen consumenten over de hele wereld online zoeken als ze hun feestdagenbudget willen besteden. Het unieke van dit jaar is dat de meeste shoppers online zullen zijn. Dat betekent dat de locatie van je doelgroep en de fysieke verkoop niet langer de drijvende kracht achter jouw campagnes zullen zijn. Jouw bedrijf kan elk publiek dat je kiest bereiken.

## Ken jouw branche en vergroot je bereik

Wat is je bereik? Met de feedautomatisering van Channable wordt het koppelen en beheren van jouw voorraad op meerdere kanalen een stuk eenvoudiger en sneller. Je kunt meerdere kanalen en marktplaatsen automatiseren en beheren in dezelfde tijd die nodig is om er één handmatig te beheren! Je kunt jouw producten ook op meerdere locaties weergeven, zodat je altijd je producten plaatst waar ze moeten zijn; zichtbaar voor jouw publiek.

Top 3	VK	Duitsland	Spanje	Ierland	Frankrijk	NL
1.	Electronica / technologie 53%	Electronica / technologie 56%	Electronica / technologie 40%	Electronica / technologie 55%	Mode 53%	Mode 46%
2.	Mode 29%	Mode 44%	Mode 34%	Mode 42%	Electronica / technologie 43%	Electronica / technologie 46%
3.	Kleine cadeautjes 25%	Kinder-kleding 24%	Activiteiten 8%	Kleine cadeautjes 27%	Kinder-kleding 32%	Kinder-kleding 26%

Waar verwacht u het meest aan uit te geven in de Black Friday / Cyber Monday-verkopen? Bron: PwC Consumer Service 2019

In het volgende gedeelte van de whitepaper heeft Channable de uitdagingen, veranderingen en trends die tijdens de feestmaanden voor jouw branche relevant zijn op een rijtje gezet. Ook geven we je enkele tips en tricks die je kunnen helpen het meeste uit jouw advertenties en online marketing te halen.

# Mode & Kleding

Dit jaar heeft de mode-industrie zichzelf opnieuw moeten uitvinden op een manier die een jaar eerder nog onvoorstelbaar was. Veel consumenten zijn zich bewuster van uitgaven voor kleding en accessoires, of geven hier minder prioriteit aan. Hieronder vind je de belangrijkste uitdagingen, veranderingen en trends waar de mode-industrie mee te maken heeft. Daarnaast leggen we uit hoe je de concurrentie bij kunt houden met behulp van de tips en oplossingen van Channable.

## Top 3 uitdagingen

Dit jaar zullen online winkels op wereldwijd niveau concurreren. De grootste uitdagingen:

1. Het voorkomen dat je meer verkoopt dan je op voorraad hebt.
2. Veel meer concurrentie.
3. Het bijhouden van de vraag en de online traffic.

## Top trend

De komende veranderingen gaan samen met nieuwe trends waarbij verkopers proberen de online ervaring voor klanten te optimaliseren. Deze trends zijn bijvoorbeeld een 360-graden virtuele catwalk voordat er tot aankoop wordt overgegaan, en een grotere vraag naar items van hoge kwaliteit in plaats van fast fashion. Communiceer het verhaal achter je producten en wees hier transparant in.



## Top 3 veranderingen

Bereid jouw bedrijf voor op de trends en veranderingen die dit jaar plaats gaan vinden. De markt zal naar verwachting met ongeveer 30% krimpen. Dit maakt elke aankoop kostbaar. Creëer een winkelervaring die zo soepel mogelijk is voor de consument en laat hen tegelijkertijd kennis maken met het verhaal achter het product.

1. De wereldwijde jaaromzet van 2,5 miljard dollar zal in 2020 met 27-30 % krimpen.
2. Verschuiving van fysieke winkels naar online winkels, waarbij het zo eenvoudig mogelijk moet zijn voor de consument om iets te kopen. Dit leidt tot hogere conversie.
3. De winkels van veel retailers zijn nog steeds gevuld met zomermode. De focus ligt daarom op zoveel mogelijk verkopen, en niet of de kleding wel bij een bepaald seizoen hoort.

## Top 3 tips

Ondanks de grote uitdagingen, is het noodzakelijk om jouw producten zichtbaar te krijgen voor de klant. Social media, meerdere verkoopkanalen en het up-to-date houden van jouw voorraad kunnen hierbij helpen.

1.

Zorg ervoor dat je advertenties up-to-date zijn zodat je klanten niet teleurstelt.

2.

Adverteer op social media en communiceer daar met je klanten.

3.

Zorg ervoor dat jouw advertenties op productniveau nauwkeurig zijn wat betreft voorraden en varianten, om de kosten per klik te verlagen en ervoor te zorgen dat klanten vinden wat ze zoeken.

## Top 3 oplossingen van Channable

Channable biedt de kracht van automatisering. Dat betekent dat jouw producten zichzelf verkopen als alles eenmaal goed is ingesteld. 'Regels' zorgen ervoor dat je alleen producten adverteert die je op voorraad hebt. Met geïntegreerde data uit Analytics kun je bovendien in de gaten houden welke producten het beste verkopen. Zo kun je bestsellers een boost geven en beter geïnformeerde beslissingen nemen over de uitgaven voor advertenties.

1.

Regels op basis van voorraadniveau zorgen ervoor dat er nooit meer wordt verkocht dan je op voorraad hebt.

2.

Advertenties die het beter doen dan die van je concurrenten. Gebruik data zoals "nog maar 2 op voorraad - koop nu" via de regels van Channable.

3.

Gebruik data uit Analytics om de vraag bij te houden - d.w.z., verhoog de prijzen van producten die het goed doen via de regels.

# Elektronica & Technologie

Tijdens Black Friday zie je nog steeds de meeste vraag naar elektronica & technologie producten. Maar met de hoge winstgevendheid in deze sector komen ook uitdagingen. Hoe kun je jouw producten zichtbaar maken in een zee van concurrentie? Hoewel het hebben van de laagste prijs de doorslaggevende factor kan zijn geweest voor een aankoop in een fysieke winkel, is de strategie voor je online winkel vaak anders.

## Top 3 uitdagingen

Zorg ervoor dat je je advertenties zoveel mogelijk automatiseert, zeker met zoveel concurrenten die hetzelfde product verkopen. Advertenties van namaakproducten en, in sommige gevallen, verlies van interesse, kunnen roet in het eten gooien. Kennis van je doelgroep en je daarop focussen is daarom erg belangrijk.

1. Automatisering is vaak (nog steeds) een uitdaging.
2. Hoge prijsconcurrentie - Chinese verkopers beginnen hun eigen merken te creëren en verkopen.
3. De markt voor smartphones begint af te nemen.

## Top trend

De echte game-changer is social shopping. Social shopping zijn productadvertenties op social media platformen zoals Facebook en Instagram. De meeste social media platformen zijn hun marktplaatsen aan het ontwikkelen, wat voor jou betekent dat je een nieuwe manier hebt om klanten te bereiken.

## Top 3 veranderingen

In elke branche is de verschuiving naar online verkoop een trend. Deze verandering gaat in deze sector sneller dan in andere sectoren. De komende jaren zal naar verwachting bijna 50% van de verkoop online plaatsvinden, waarbij het merendeel van de transacties op mobiele apparaten plaatsvindt.

1. In 2024 zal 47% van de consumentenelektronica online worden verkocht.
2. De meerderheid van online aankopen zal via mobiele apparaten gaan.
3. Draagbare tech- en voice-assistenten zijn booming business.

## Top 3 tips

Al deze concurrentie betekent dat een succesvolle aankoop nog meer afhankelijk is van de klant naar de kassa krijgen. Vermijd achtergelaten winkelwagens en verloren omzet door jouw online shop zo gebruiksvriendelijk mogelijk te maken.

1.

Voeg AI plugins toe om het zoeken op de site en de aanbevolen producten te optimaliseren.

2.

Voer een mobiele gebruiksvriendelijkheids test uit en verbeter de lay-out van je webshop op het gebied van UI/UX-optimalisatie.

3.

Verkoop refurbished/tweedehandselektronica.

## Top 3 oplossingen van Channable

Het gebruik van een automatiseringstool zoals Channable, opent een wereld van mogelijkheden die niet beschikbaar zijn als je een directe verbinding met de door jou gekozen marktplaats of het door jou gekozen kanaal hebt gemaakt. Dit zijn slechts enkele van de krachtige oplossingen die Channable kan bieden voor jouw online winkel en online marketingstrategie:

1.

Dynamische tekstadvertenties: om te kunnen blijven concurreren op prijzen.

2.

Filteren van producten met een lage marge: besparen op advertentiekosten door de producten die niet winstgevend zijn eruit te filteren.

3.

Zet je producten eenvoudig en snel op social shopping platformen zoals Facebook, Instagram en Pinterest.





# Health & Beauty

Zoals veel industrieën heeft Health & Beauty zich dit jaar moeten aanpassen. We zien enkele interessante trends voor online verkoop. Zo hebben het Lipstick-effect, de online drogisterijen, en een daadwerkelijke boost in de e-commerce laten zien hoe dynamisch en responsief de klanten van deze sector kunnen zijn.

## Top 3 uitdagingen

Hoeveel producten en EAN's heb jij? Honderden, duizenden, misschien zelfs miljoenen? Grote productcatalogi, hoge concurrentie en de logistiek van het op voorraad houden van een artikel of het organiseren ervan, zorgen voor uitdagingen die datafeed management kan verhelpen.

1. Online drogisterijen.
2. Hoge concurrentie.
3. Grote productcatalogi.

## Top trend

Het Lipstick-effect is teruggekomen als onderdeel van de veranderingen in de health & beauty sector. Het Lipstick-effect werd voor het eerst tijdens de crisis van 2008 gezien, toen consumenten nog steeds luxeartikelen wilden kopen, maar daarvoor niet de inkomsten hadden. In tijden van economische crisis moeten consumenten minder dure luxeproducten kopen, dus dat betekent: geen lippenstift kopen.

Andere trends op het gebied van health & beauty, zijn bulkinkopen, uit angst voor een mogelijke quarantaine. En doordat mensen meer op hun computers zitten vanwege het thuiswerken, worden aankopen ook vaker hierop gedaan.

## Top 3 veranderingen

De groeiende populariteit van DIY en self-care producten gaat goed samen met de groei van online verkoop. Hou deze trend in gedachten bij het zoeken naar winstgevend producten om mee te adverteren.

1. Minder omzet door corona, maar een toename van de online verkoop.
2. Verschuiving van winkelbeleving naar online verkoop.
3. De verkoop in DIY en self-care producten.

## Top 3 tips

Up-to-date advertenties en voorraden over meerdere platforms, zorgen ervoor dat je producten worden gezien en herkend waar ze moeten zijn.

1.

Denk, naast het adverteren op mobiele apps, ook aan adverteren op websites om klanten te bereiken die vanwege het thuiswerken op internet aan het scrollen zijn.

2.

Houd je voorraad up-to-date en houd je bestellingen goed in de gaten.

3.

Adverteer op social media en blijf op de hoogte van de nieuwste kanalen.

## Top 3 oplossingen van Channable

Channable biedt een alles-in-één tool, die jou kan helpen met je feedmanagement en koppelingen met verschillende kanalen. Ga snel aan de slag, zodat je je kunt focussen op het laten groeien van je bedrijf en je online verkoop!

1.

Gebruik onze tool om te adverteren op Google Ads en Microsoft Advertising.

2.

Feed managementtool + orderconnecties: eenvoudig beheer, automatisering en export van grote productcatalogi naar meer dan 2500 kanalen.

3.

Aangepaste CSVs en XMLs om naar partners/advertiseerders te sturen.





# Home & Garden

In deze industrie was er al een verandering gaande vóór COVID-19. Merken hebben zich gerealiseerd dat consumenten bereid zijn om online te kopen, maar vinden het lastig om hierin de juiste manier te vinden. Gezien het potentieel voor online verkoop is het belangrijk om te kijken naar wat de industrie de komende maanden en jaren te wachten staat om de interesse en het vertrouwen van de consument te wekken.

## Top 3 uitdagingen

Voor welke uitdagingen staat de Home & Garden industrie als het aandeel in de online verkoop steeds groter wordt? Het voortbestaan van de concurrentie betekent dat je een sterke online aanwezigheid moet hebben, en dat je aanbod concurrerend moet zijn in de markt.

1. Lage online aanwezigheid/verkoop van concurrenten.
2. Logistiek, de producten zijn vaak lastig te verzenden.
3. Voorraad-, prijs- en assortimentsupdates.



## Top 3 veranderingen

De Home & Garden industrie is langzaam aan het veranderen, vooral door de verwachtingen van de consument. Iedereen wil de bank zien, de textuur voelen en natuurlijk even erop zitten, voordat er tot aankoop wordt overgegaan. Het vertrouwen is echter gegroeid. Bovendien verschijnen er steeds meer online belevenissen, waardoor de online verkoop toeneemt.

1. Veranderende verwachtingen van consumenten (zoals een volledige winkelervaring).
2. Meer online opties.
3. Home & Garden wordt op de markt gebracht als complete concepten: er is een bredere horizontale productsegmentatie.

## Top trend

Retailers doen hun best om een meer volledige winkelbeleving te bieden met bijvoorbeeld online showrooms en augmented reality. Hiermee proberen ze de consument over te halen om iets online te bestellen.

## Top 3 tips

De trend is het aanbieden van een volledige winkelervaring. Als dat niet direct mogelijk is, zorg er dan voor dat je prijzen aantrekkelijk zijn en je afbeeldingen van goede kwaliteit zijn zodat de consument wordt gestimuleerd om bij jou iets te kopen. Ken je markt en laat je zien. Kijk waar concurrenten adverteren en zorg ervoor dat het niveau van de service overeenkomt met dat van de concurrentie. Of beter nog, overtref het.

1.

Bied klanten een volledige winkelervaring aan.

2.

Blijf de concurrentie voor met prijs en strategieën/aanpassingen per kwartaal, samen met gedetailleerde afbeeldingen van je producten.

3.

Multichannelstrategie: Amazon heeft de grootste woon- en keukencatalogus, maar denk ook aan platformen die zich specifiek richten op jouw producten. Of denk aan social media, zoals Instagram of Pinterest.

## Top 3 oplossingen van Channable

Met Channable is het mogelijk om dynamische tekstadvertenties te maken. Zo kunnen bijvoorbeeld prijzen en beschikbaarheid worden gekoppeld, zodat de advertenties kunnen worden aangepast aan je online winkel. Als je een aanbieding op je website hebt, zal dit worden weerspiegeld in de prijs van je tekstadvertenties. Producten en bestellingen kunnen ook in real-time worden beheerd op marktplaatsen zoals Amazon, wat veel tijd kan schelen.

1.

Adverteer producten op basis van beschikbaarheid (houd de voorraad up-to-date) en levertijd/kosten;

2.

Maak een directe API koppeling tussen Channable en Amazon;

3.

Adverteer op Google Shopping, Facebook, Instagram, Pinterest.

# Sport & Fitness

In de eerste helft van 2020 heeft de verkoop van sportproducten een enorme impuls gekregen door de lockdown en veiligheidsmaatregelen in de hele wereld. De plotselinge belangstelling en toename van de vraag heeft ertoe geleid dat de sector zich snel heeft aangepast. Maar wat wordt er precies in deze sector opgenomen en hoe kan zo'n brede categorie hun klanten direct bereiken?

## Top 3 uitdagingen

Met de enorme toename in populariteit en interesse zijn er uitdagingen ontstaan. Niet afgerekende winkelwagens door de vele impulsaankopen, het ontbreken van specifieke categorieën op sommige kanalen, en de druk op merken om kortingen aan te bieden, zijn voorbeelden hiervan.

1. Het maken van een keuze tussen grote marktplaatsen of niche marktplaatsen.
2. Niet afgerekende winkelwagens (zet hierbij retargeting in).
3. Black Friday vs. [Green Friday](#).

## Top trend

Home work-outs en de spullen die daarbij horen, hebben ervoor gezorgd dat retailers een grote en nieuwe doelgroep kunnen bereiken. Je kunt hiervoor bijvoorbeeld een samenwerking aangaan met influencers voor merkbekendheid, voor een goede gebruikerservaring van je website zorgen, en goede en gedetailleerde beschrijvingen maken van de (sport)producten die je verkoopt.

## Top 3 veranderingen

Met de groeiende verschuiving naar online, krijgen de meeste retailers werk en kosten erbij, zoals advertentiekosten of het uitzoeken van hoeveel de verzendkosten zijn voor zware of grote apparatuur. Dat betekent dat het heel belangrijk is om te weten wat de voorwaarden en vereisten zijn van de kanalen waarmee je wil werken. De groei van e-sports heeft ook geleid tot de vraag hoe deze in de (toch al vrij diverse) sport & fitness sector past.

1. Marktplaatsen lijken een groter aandeel in beslag te nemen.
2. Verschuiving van fysieke winkels naar online winkels.
3. Ontwikkelingen rond e-sports.



## Top 3 tips

Alles wat met home work-outs te maken heeft, is nu grotendeels gebaseerd op trends. Als je niet meegaat met wat er populair is, riskeer je dat je achterblijft. Aanwezigheid op social media en online zichtbaarheid zijn beiden erg belangrijk om je bedrijf te laten groeien. Als influencers of sponsors over je product praten, wordt de geloofwaardigheid van je bedrijf ook beter. Onderscheid jezelf hiermee van de concurrentie!

1.

Adverteer op social media om je klanten volledig erbij te betrekken.

2.

Maak gebruik van platformen gericht op remarketing, haal klanten terug naar je winkel.

3.

Multichannelstrategie: wees aanwezig op grote marktplaatsen, maar ook op de kanalen die net iets meer een bepaalde niche aanspreken.

## Top 3 Oplossingen van Channable

Channable's feedmanagement- en SEA tool helpen je bij het beheren van je content. Adverteer je producten op meerdere kanalen en adverteer op social media. Maak gebruik van remarketing om die niet afgerekende winkelwagens te voorkomen en om klantloyaliteit te creëren. Campagnes die gemaakt zijn met Channable's dynamische SEA tool, blijven altijd up-to-date, en zorgen daardoor voor de beste zichtbaarheid.

1.

Gebruik remarketing en social media om de loyaliteit te verhogen en contact te maken met je doelgroep.

2.

Voor merken: verhoog de zichtbaarheid van je online product met de Channable SEA tool om je verkoop te stimuleren.

3.

Gebruik de Channable SEA tool om het genereren van advertenties die relevanter zijn voor je publiek te automatiseren.

# Contact

Geïnspireerd geraakt door deze whitepaper,  
of heb je nog vragen?  
Neem dan vooral contact met ons op.

Ons team staat voor je klaar om je de tool laten  
zien en jouw business goals met je te bespreken!

☎ +31 (0)30 260 08 21

✉ [support@channable.com](mailto:support@channable.com)



**+3000 bedrijven  
die ons vertrouwen.**

**+2500 exportkanalen  
om uit te kiezen.**

**1 krachtige alles-in-één  
marketingtool.**

*Christian Haraldsen, Online Performance  
Specialist bij Komplett:*

*"Ik heb één account opgezet met Channable's  
SEA tool die op dit moment 16.000  
advertentiegroepen en 32.000 zoekwoorden  
bevat. Dit handmatig beheren zou onmogelijk  
zijn."*

[www.channable.nl](http://www.channable.nl)