



Webshopovername.nl

Webshopovername Brochure

Verhoog de waarde van je webwinkel



thuiswinkel
business partner

WebshopOvername.nl
www.webshopovername.nl

Burg. Haspelslaan 13
1181NB Amstelveen

Verhoog de waarde van je webwinkel

De waardering van een webwinkel vindt vaak pas plaats rond een moment van overname: de verkoper wil weten hoeveel hij kan vragen en de koper wil weten hoeveel hij moet bieden. Een goede waardering geeft echter ook nuttige handvatten tijdens de exploitatie van een webshop: de uitkomsten geven namelijk inhoudelijke aanknopingspunten voor de verhoging van de waarde!

Discounted Cash Flow

De meest gebruikte methodiek om waarde te bepalen is de 'Discounted Cash Flow'. Kort samengevat rekent deze methode via een formule (zie artikel "De waarde van een webshop bepalen") toekomstige vrije kasstromen terug naar de huidige contante waarde, aan de hand van een rendementseis.

Risico & Winst

De essentie van deze formule bestaat uit twee elementen die terug komen als de teller en de noemer. Om de uitkomst van de formule te beïnvloeden dien je deze 2 elementen dus nader te bekijken: de uitkomst valt hoger uit wanneer de teller (de vrije kasstromen) wordt verhoogd, maar uiteraard ook wanneer de noemer (de rendementseis) wordt verlaagd.

De vrije kasstromen worden vooral beïnvloedt door het vergroten van de bedrijfswinst (lagere kosten, meer omzet). De rendementseis wordt vooral beïnvloed door de herstructurering (van de operationele kant) van een webshop. Door verbeteringen aan te brengen in bijvoorbeeld de afhankelijkheden van de shop, wordt een lager risicoprofiel verkregen en daarmee een lagere rendementseis. Het gevolg is een hogere bedrijfswaarde bij gelijkblijvende financiële prestaties. (1 mln gedeeld door 4 is meer dan 1 mln gedeeld door 4,5)

Webshophouders die de waarde van hun onderneming willen verbeteren, focussen vaak vooral op het vergroten van de omzet en winst. Dat is zonder meer belangrijk, maar het effect van het verlagen van het risicoprofiel van een onderneming moet niet onderschat worden! In dit artikel zal daarom gekeken worden naar het verhogen van de waarde van jouw webshop door het beïnvloeden van dit risicoprofiel.

Risicoprofiel

Het risicoprofiel van een webshop komt tot uiting in de rendementseis. Een shop met een hoger risico vereist simpelweg een hoger rendement op het geïnvesteerde vermogen omdat de kans dat je dit vermogen niet (geheel) terugziet groter is. Het gevolg van deze hogere eis is uiteraard een lagere waarde.

Om tot een rendementseis te komen voor een webshop, is het startpunt een algemene webshoppremie. Deze wordt vervolgens gecorrigeerd voor de specifieke situatie waarin een webshop verkeert. Voor deze correctie wordt een reeks elementen gehanteerd waarop een webshop wordt gescoord. In dit artikel wordt een aantal van de belangrijkste toegelicht. Hier kan je direct mee aan de slag om de waarde van je webshop te verhogen.

1. Afhankelijkheid

De afhankelijkheden van een webshop hebben een zeer bepalende invloed op de waarde. De mate van afhankelijkheid wordt onder meer gescoord op:

A – Leveranciersafhankelijkheid: ben je afhankelijk van een monopolist of zijn er veel leveranciers die vergelijkbare producten kunnen leveren tegen vergelijkbare condities?

B – Trafficsamenstelling: ben je erg afhankelijk van betaalde bezoekersbronnen waar je weinig controle over hebt of komt het merendeel binnen via eigen kanalen?

C – Eigenaarsafhankelijkheid: heb je specifieke kennis over de markt en/of het assortiment, wat moeilijk overdraagbaar is?

2. Historie

Een bekend gezegde is dat historie de beste voorspeller voor de toekomst is. Dat gaat in dusverre op, dat een webshop met een stabiele omzet over een lange periode als minder risicovol kan worden gezien dan een webshop met volatiele omzet over een korte periode. Als voorbeeld: In de zomer van 2018 stonden zowel Tel Sell (met een webshop sinds 1996), als ook een webshop in fidget spinners te koop (typisch hype product). Het zal duidelijk zijn dat Tel Sell met een lange historie en stabiele omzet veel beter scoort op dit element van het risicoprofiel dan de shop in fidget spinners.

D – Orderhistorie: over welke periode kan de webshop een orderhistorie tonen en is deze stabiel of volatiel?

3. Concurrentievoordelen

In de praktijk zie je de nodige webshops met een generiek assortiment die het moeilijk hebben. Veel webshops met een goede performance beschikken over een specifiek concurrentievoordeel. Dat kan een eigen merk zijn, maar ook specifieke kennis/relaties. Deze hebben (indien overdraagbaar) een positieve invloed.

E – Toetreding barrières: zijn er barrières waardoor nieuwe toetreders zich moeilijker in de markt kunnen vechten? Dat kunnen exclusieve dealerships of importrechten zijn, maar ook de betere inkooprijzen die worden verkregen bij toenemend inkoopvolume.

F – Intellectueel Eigendom: heeft de webshop een gevestigd eigen merk in handen? Klanten kunnen dit merk alleen bij deze shop halen, wat de toekomst beter voorspelbaar maakt en dus een forse invloed heeft op de waarde.

Opbouw rendementseis

Om tot de rendementseis te komen, wordt ieder element gescoord op een schaal waarvan de schaalgrootte afhangt van het belang dat wordt gehecht aan dit element. (bijvoorbeeld 0-5)

Stel de rendementseis wordt bepaald van een webshop die erg afhankelijk is van Adwords. Dan kan de rendementseis voor dit element (fors) worden gecorrigeerd van 1,20 naar 1,23. Mocht de shop vervolgens afhankelijk zijn van een beperkte groep leveranciers, dan kan de rendementseis verder worden gecorrigeerd van 1,23 naar 1,25. Wanneer alle elementen de revue zijn gepasseerd, is de rendementseis vastgesteld.

Conclusie

Door het risicoprofiel van jouw webshop te verminderen, valt de waarde te verhogen. Wanneer de behandelde elementen worden verbeterd van een score onder het gemiddelde naar een voldoende score, kan dat forse impact hebben op de rendementseis. Stel dat deze op 1,3 lag en valt te verbeteren naar 1,25, dan stijgt de waarde van de onderneming (grofweg) met 10%!

Deze waarde verhoging valt natuurlijk ook te realiseren door de vrije kasstromen met (grofweg) 10% te verbeteren. Het is aan de ondernemer welk pad of combinatie hiervan hem/haar het meest opportuun lijkt.



Webshopovername.nl



Bekend van:

