



MKB BAROMETER 2018

Sectorrapport
Handel

exact.com/nl

INHOUD

Inleiding	3
De MKB Barometer voor de groothandel 2018	4
Trends: meer concurrentie en meer online verkopen	5
Niet lullen maar (slimmer) poetsen	6
Digitalisering als noodzaak	7
Veel vertrouwen in online maar on-premise nog veel in gebruik	8
Analyse	11

INLEIDING



De onafhankelijke MKB Barometer is er weer! Voor het 5e jaar op rij kom jij te weten wat er nu echt leeft onder Nederlandse handelsbedrijven in het mkb.

En dat is enorm belangrijk. Want het mkb laat de motor van onze groeiende economie nu eenmaal op volle toeren draaien.

Over een gemiddelde omzetgroei van 14% had menig handelsbedrijf een paar jaar terug niet durven dromen. Helaas kan de vlag niet helemaal uit, want keiharde concurrentie zorgt ervoor dat verkoopmarges kleiner uitvallen.

De meest opmerkelijke zaken komen we tegen rondom online verkopen. Nederlandse handelsbedrijven realiseren gemiddeld 40% van de omzet online. Dat is maar liefst 2x zoveel dan in omringende landen.



Nederlandse handelsbedrijven realiseren gemiddeld 40% van de omzet online. Dat is maar liefst 2x zoveel dan in omringende landen.”

Toch twijfelt menigeen om online inkomsten te vergroten. 34% denkt dat er geen duidelijke vraag is, terwijl het merendeel van 21% zegt dat er niets is dat ze ervan weerhoudt.

19% geeft weer aan dat online verkopen een te grote verandering van hun processen zou betekenen en 12% zegt dat het ontbreekt aan een goede online strategie.

Tot slot geeft 41% aan dat digitalisering een hoge prioriteit heeft.

En dat is slechts een kleine greep uit de resultaten. Duik er eens in. Want ze kunnen wel eens essentieel zijn voor je strategie in 2018/2019.

Hoe we het onderzoek hebben aangepakt? Al vanaf de start wordt het uitgevoerd door Pb7, een onafhankelijk IT-onderzoeksbureau. Eind 2017 hebben zij maar liefst 1.779 bedrijven in Europa ondervraagd via een online panel survey. Tussen die Europese bedrijven zaten 375 Nederlandse handelsbedrijven met tussen de 1 en 50 werknemers.

Natuurlijk is de steekproef representatief voor het Nederlandse mkb (tot 50 werknemers). Zo zijn er voldoende interviews binnen een aantal branches gemaakt. Op die manier kan Pb7 er goede uitspraken over doen en de branches met elkaar vergelijken. Door de dataset tijdens de analyse te wegen, is representativiteit gegarandeerd.

In dit rapport heeft Pb7 Research de belangrijkste resultaten en daaraan verbonden conclusies samengevat.

Veel leesplezier!

DE MKB BAROMETER VOOR DE GROOTHANDEL 2018

Met een gemiddelde omzetgroei van 14% scoren handelsbedrijven goed. Dat is goed nieuws voor de branche maar blijkbaar geen reden om op de lauweren te gaan rusten.

Integendeel. Handelsbedrijven zijn nog keihard bezig met het vinden van nieuwe klanten (66%) en kostenbeheersing (45%). Als dat je belangrijkste uitdagingen zijn met zo'n omzetgroei dan weet je ook wel dat de verkoopmarges kleiner zijn.

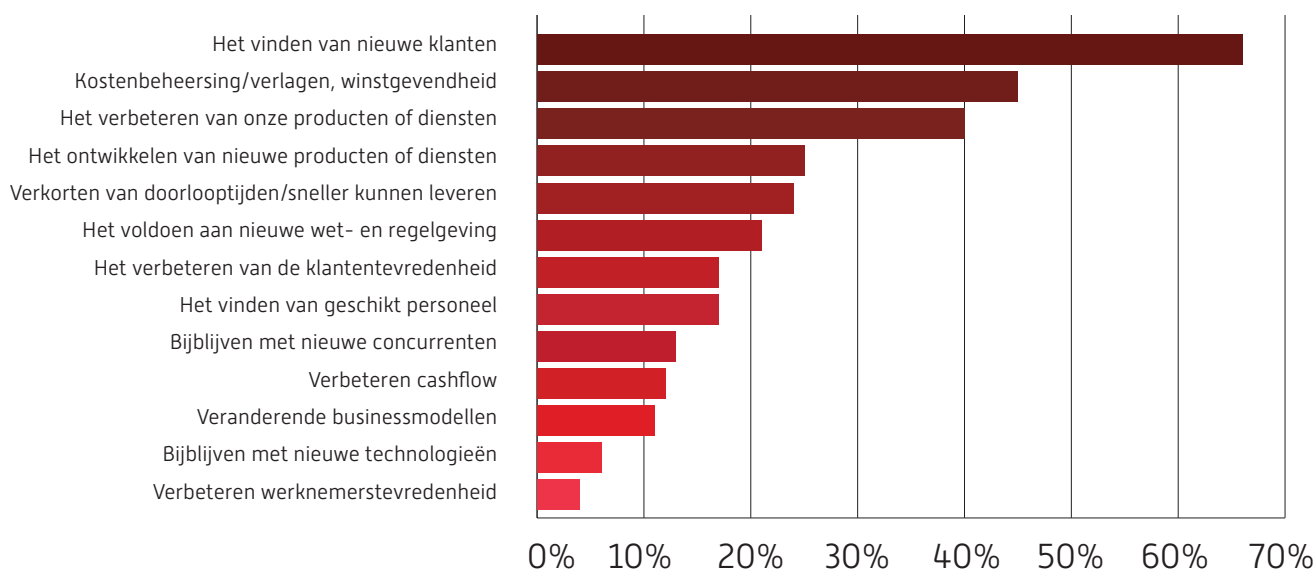
Dat is een contrast met een aanverwante branche als productie die ook mooie een omzetgroei laat zien maar die veel meer met innovatie en nieuwe markten aanboren bezig is.



Handelsbedrijven zijn nog keihard bezig met het vinden van nieuwe klanten (66%) en kostenbeheersing (45%)."

Figuur 1: Algemene zakelijke uitdagingen, handel

Wat zijn voor jouw handelsbedrijf de 3 belangrijkste zakelijke uitdagingen?



TRENDS: MEER CONCURRENTIE EN MEER ONLINE VERKOPEN

De concurrentie in de handelsbranche is dan ook hard. Vooral online volgens 48%. Aangezien steeds meer online verkocht wordt is de transparantie qua prijs en service ook groter. Klanten hebben bijna letterlijk een wereld aan keuze. Dat verklaart wellicht waarom 38% aangeeft dat ze veeleisender zijn.

Andere geduchte concurrenten komen uit de keten zegt 21% en directe verkoop van fabrikanten weet 28%. Meer bedrijven in de keten hebben dus de voordelen van een webshop ontdekt. Die leveren rechtstreeks aan consumenten en omzeilen zo de hele handel.

Vandaar ook dat handelsbedrijven steeds meer naar nieuwe businessmodellen aan het kijken zijn. Het wordt steeds vaker als een top-3 uitdaging aangehaald. In 2015 ging het slechts om 1%, in 2016 steeg het naar 5% en nu is dat gestegen naar 11%.

//

Andere geduchte concurrenten komen uit de keten zegt 21% en directe verkoop van fabrikanten weet 28%."

Ondanks die hevige concurrentie is online verkopen een blijvertje. Gemiddeld 40% van de omzet komt van online verkopen. Dat is maar liefst 2x zoveel dan in omringende landen.

Het opmerkelijke is dat veel twijfelen om meer omzet online te realiseren. 34% denkt dat er geen duidelijke vraag is. Op de 2e plaats komt de reden anders met 21%. Daarbij legt het merendeel uit dat er niets is dat ze ervan weerhoudt.

19% zegt dat online verkopen een te grote verandering van hun processen zou betekenen. 12% zegt dat het ontbreekt aan een goede online strategie.

//

Steeds meer handelsbedrijven kijken naar nieuwe businessmodellen. In 2015 ging het slechts om 1%, in 2016 steeg het naar 5% en nu is dat 11%."

Figuur 2: Branchespecifieke uitdagingen, handel

Wat zijn voor jouw handelsbedrijf de 3 belangrijkste branchespecifieke uitdagingen?



NIET LULLEN MAAR (SLIMMER) POETSEN

Zoals eerder aangegeven staan de marges nog steeds onder druk. 42% zegt de marges verbeteren door hard te onderhandelen met leveranciers. 41% zweert bij hard werken en meer verkopen - niet lullen maar poetsen dus.

Toch zien steeds meer handelsbedrijven in dat er ook wat slimmer gepoetst kan worden. 28% zet in op kwaliteitsproducten terwijl 27% het voorraadbeheer anders inricht.

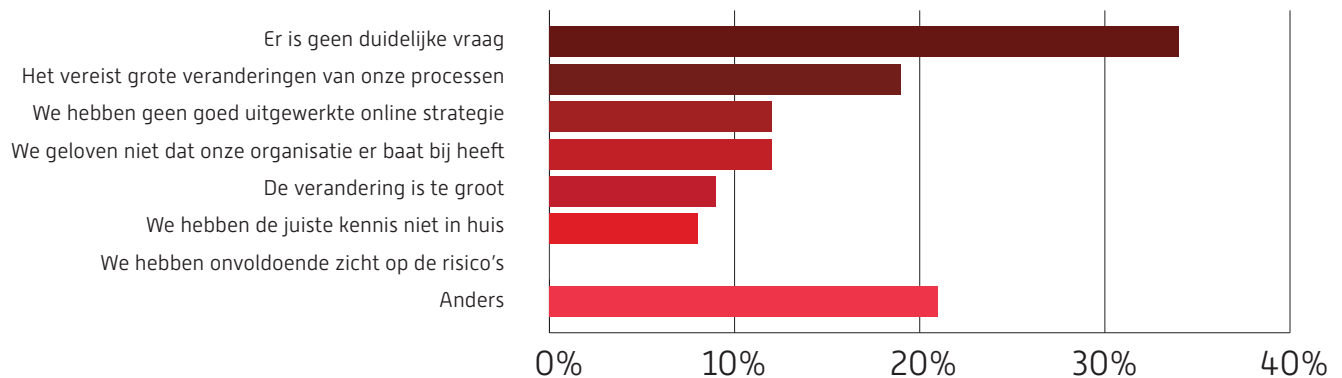
Over het waarom zijn ze duidelijk. Ze willen meer waarde creëren voor hun klanten. 37% doet dat door de prijzen in lijn met de waarde te houden en 36% wil snel en flexibel leveren.

//

28% zet in op kwaliteitsproducten terwijl 27% het voorraadbeheer anders inricht."

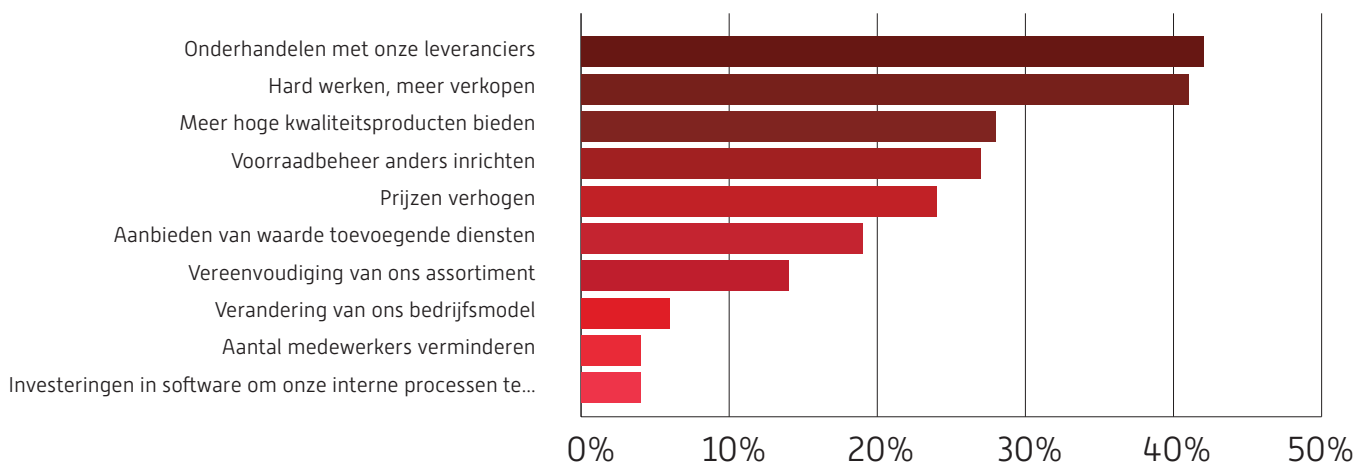
Figuur 3: Obstakels online zakendoen

Wat weerhoudt je van het vergroten van je online inkomstenstroom?



Figuur 4: Marge optimaliseren

G4. Welke van de volgende acties onderneem je om de marges te verbeteren?



DIGITALISERING ALS NOODZAAK

Net zoals de productiebranche staat deze te boek als vrij terughoudend op het gebied van IT. Maar dat lijkt te veranderen. De populariteit van online verkopen (als onderdeel van de totale omzet) laat zien dat steeds meer handelsbedrijven investeren in digitalisering.

41% geeft aan dat digitalisering een hoge prioriteit heeft terwijl maar liefst 61% zegt dat technologische veranderingen binnen 3 jaar een grote impact op het concurrentielandschap hebben.

30% zegt zich dan ook zorgen te maken over nieuwe concurrenten met disruptieve businessmodellen - meer dan in vergelijking met 2016. Dat verklaart wellicht de 39% die zelf naar nieuwe businessmodellen kijkt.

//

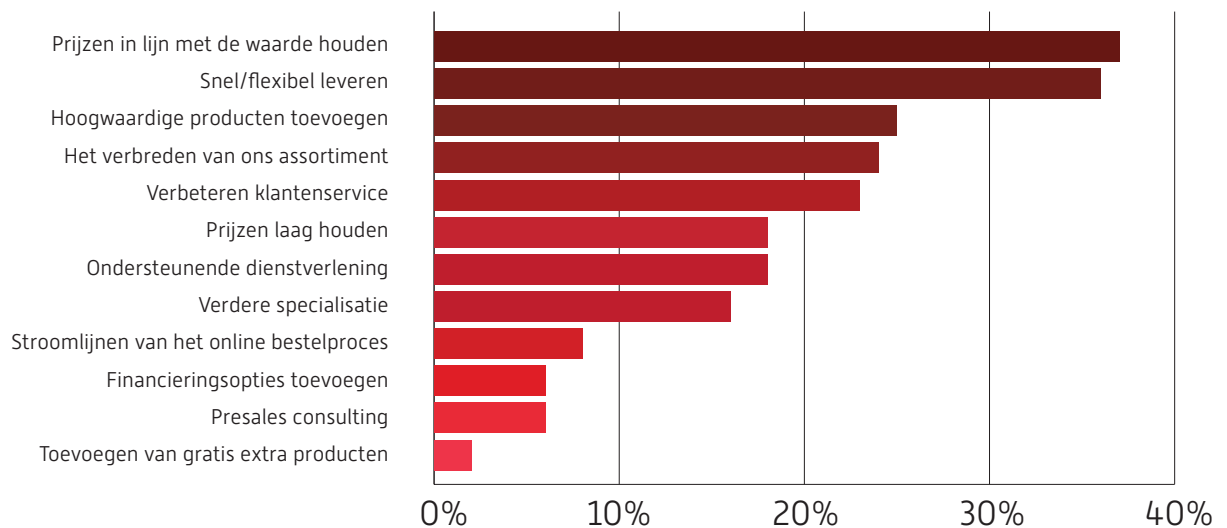
41% geeft aan dat digitalisering een hoge prioriteit heeft."

//

30% maakt zich zorgen over nieuwe concurrenten met disruptieve businessmodellen. 39% kijkt zelf naar nieuwe."

Figuur 5: Meer waarde creëren

Wat ben je van plan te doen om meer waarde te bieden aan je klanten?



VEEL VERTROUWEN IN ONLINE MAAR ON-PREMISE NOG VEEL IN GEBRUIK



Als het aankomt op online bedrijfssoftware lopen handelsbedrijven voor op productiebedrijven maar achter bij de meer dienstverlenende branches.

Boekhouding, orderverwerking & facturering worden vaak al online gedaan. Gehoste bedrijfssoftware zien we ook redelijk veel maar veruit de meestgebruikte pakketten zijn on-premise.

Hierbij is geen zicht of dat komt door bijvoorbeeld langlopende contracten met die leveranciers of een andere plausibele verklaring. Want er is blijkbaar geen probleem met cloudsoftware zelf als de boekhouding of facturatie er al mee gedaan worden.

Handelsbedrijven bevestigen dat vertrouwen. 37% prijst het gebruiksgemak, 35% het makkelijk delen van informatie, 33% de altijd en overal toegang tot relevante gegevens en 29% is fan van het online samenwerken met andere partijen in de keten.

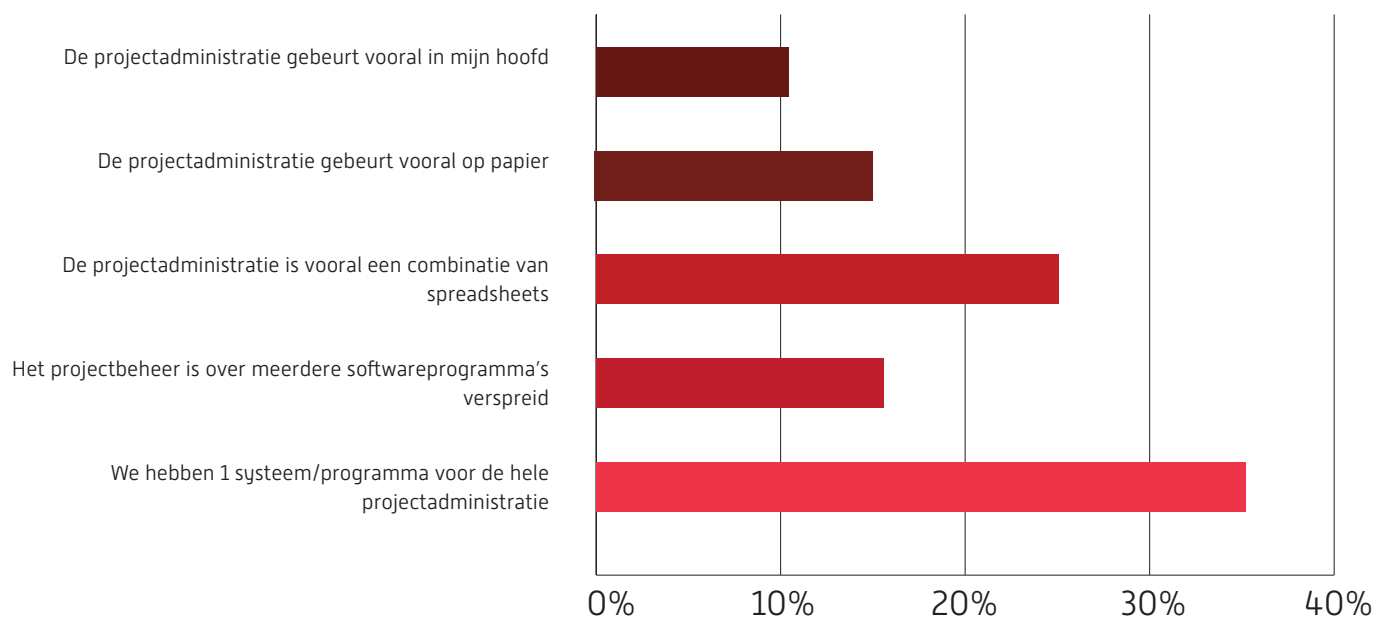
Kijken we naar wat ze expliciet zien als de belangrijkste voordelen van online software dan staat groeimogelijkheden op 1, gevolgd door kostenbeheersing en hogere productiviteit op 2 en 3.

//

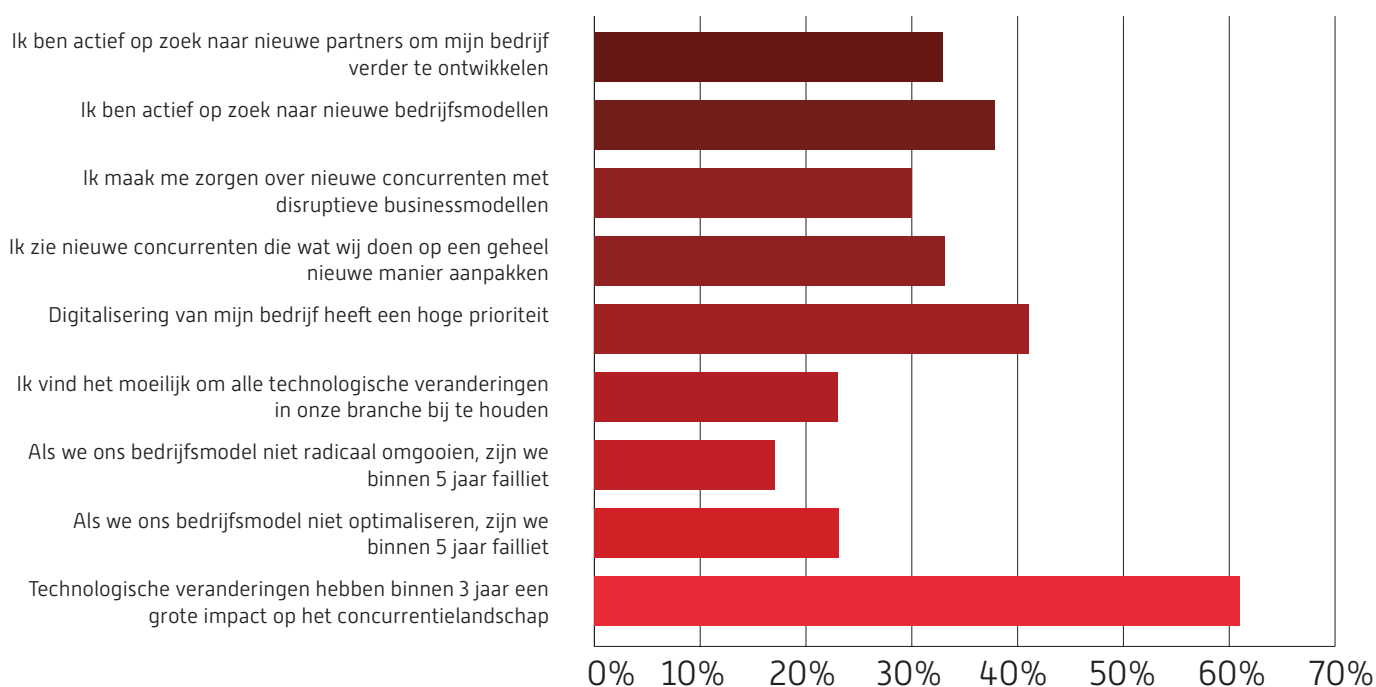
37% prijst het gebruiksgemak van online bedrijfssoftware, 35% het makkelijk delen van informatie, 33% de altijd en overal toegang tot relevante gegevens."

Figuur 6: Automatisering projectadministratie

Welke van de volgende omschrijvingen geeft het beste weer hoe je de projectadministratie hebt geautomatiseerd?

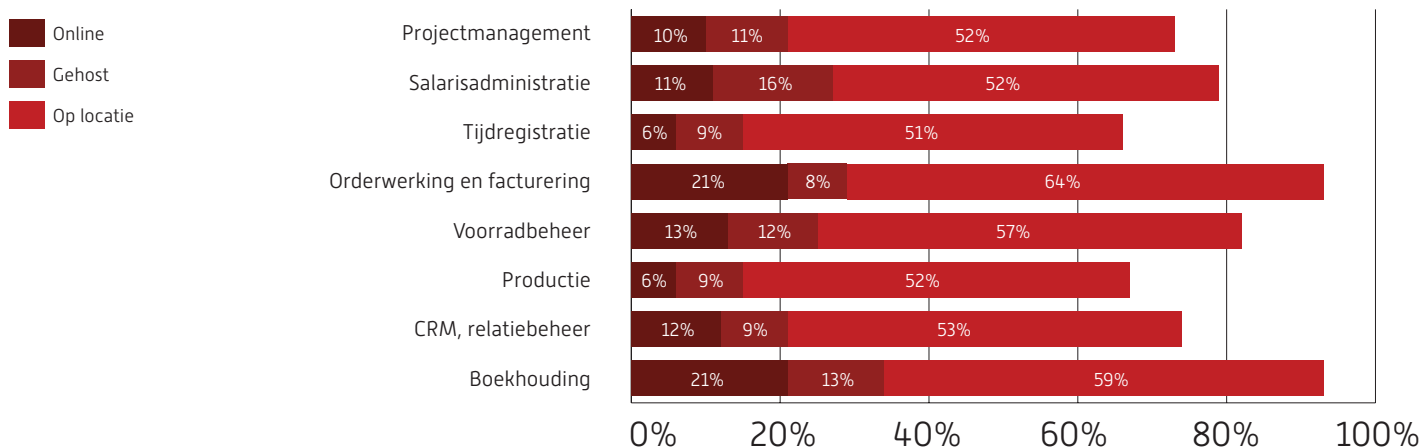
**Figuur 7:** Impact van digitalisering op de branche

Ben je het eerder eens of oneens met de volgende stellingen? [% eens]



Figuur 8: Gebruik van online bedrijfssoftware

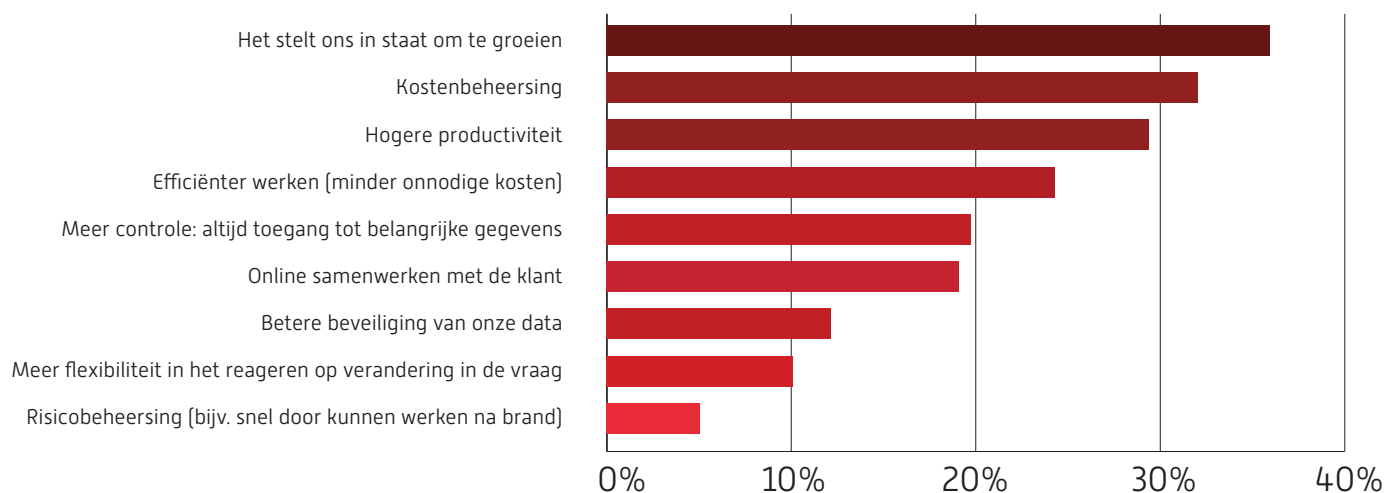
Gebruiken jullie een specifiek softwarepakket voor de volgende processen? Zo ja, hoe? *



*Volledig online (toegang tot de software als een online dienst, abonnementenmodel), gehost (online toegang tot een toegewezen server), on-premise/op locatie of niet, d.w.z. je gebruikt bijvoorbeeld spreadsheets (Excel) of papier.

Figuur 9: Voordelen van online bedrijfssoftware

Wat zie je als de belangrijkste bijdrage van online en hosted software voor je handelsbedrijf?



ANALYSE

Handelsbedrijven profiteren van omzetgroei maar hebben dankzij stevige concurrentie - zowel online als vanuit de keten - te maken met kleinere marges en meer veeleisende klanten. Daarom zijn ze nog steeds hard bezig om nieuwe klanten te vinden en kosten te beheersen.

Dat gaat vaak nog ouderwets met een niet-lullen-maar-poetsen mentaliteit. Alleen wordt er steeds slimmer geïmporteerd door kwaliteitsproducten te verkopen of voorraadbeheer anders in te richten. Dat alles met het oog op meer waarde creëren voor de klanten.

Verder kijken steeds meer handelsbedrijven naar andere businessmodellen en willen ze sneller en flexibeler gaan leveren.

Het meest opmerkelijke? In Nederland is het aandeel van de omzet van online verkopen met 40% 2x zoveel dan in omliggende landen.

En toch denkt 34% dat het niet nodig is om meer online te verkopen omdat er geen duidelijke vraag is.

Verder zegt 21% dat er niets is dat ze ervan weerhoudt, 19% dat online verkopen een te grote procesverandering zou betekenen en 12% dat er geen goede online strategie is.

Juist door meer online te verkopen kun je kosten besparen én tegelijkertijd je bereik vergroten. En daar zoeken handelsbedrijven naar zien we net.

Dat moet je wel slim aanpakken. Begin dus bij het begin en zet eerst een goede strategie neer. Kijk vervolgens welke tools daar het beste bij passen.

Dan kom je bij digitalisering uit. Handelsbedrijven zijn er al veel verder mee dan productiebedrijven en 41% ziet het als noodzaak. En als ze hun concurrenten én partners in de keten voor willen blijven zullen ze de pas nog iets moeten versnellen.

Ze kennen de voordelen van online software, gebruiken het al voor boekhouding, orderverwerking en facturatie en zien ook in dat het nodig is om verder te groeien. Deze soort software is ook flexibel genoeg om nieuwe businessmodellen uit te proberen en te meten. Iets waar de on-premise pakketten van weleer niet voor gemaakt zijn.

Al met al een duidelijke roadmap voor handelsbedrijven die op de lange termijn willen overleven in deze competitieve branche.



Exact

Molengraaffsingel 33
2629 JD Delft
Nederland

Tel: 0800 - 66 54 631
Email: info@exactonline.nl
Site: www.exactonline.nl