

=exact

KMO Barometer 2021

België, Zakelijke

Dienstverlening

Inhoud

| | |
|--------------------------|----|
| Inleiding | 3 |
| Zakelijke uitdagingen | 4 |
| Digitalisering | 9 |
| Financiële administratie | 12 |
| Samenvatting | 13 |

Inleiding

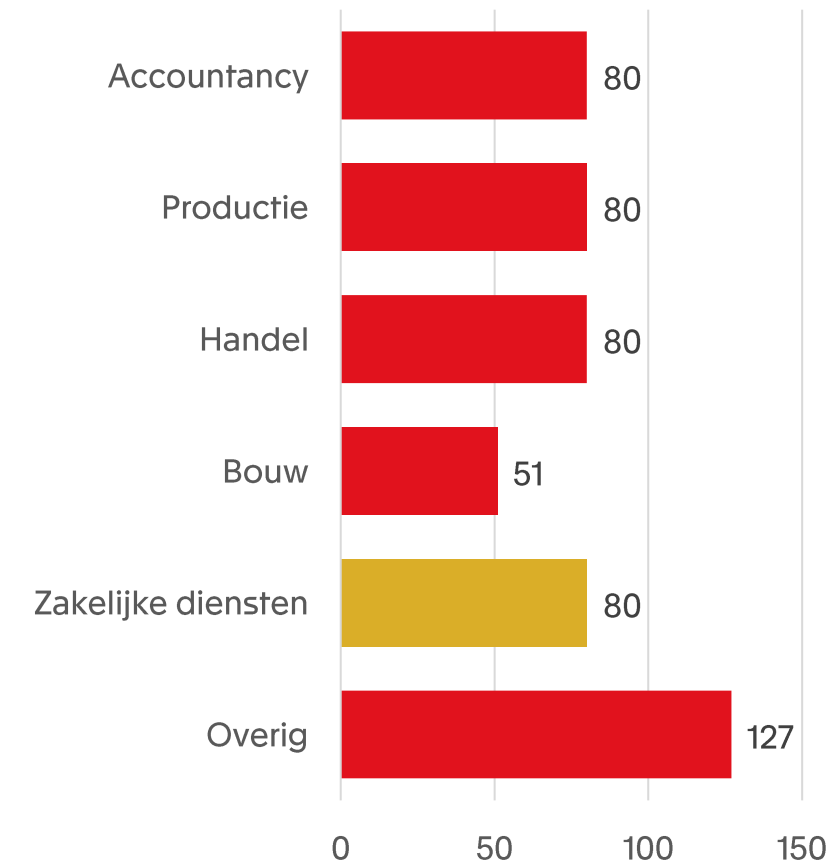
Met de KMO Business Barometer houdt Exact de vinger aan de pols bij KMO's. De barometer is een onderzoek naar de zakelijke uitdagingen van KMO's, onder meer voor wat betreft de financiële administratie en de rol van nieuwe technologie bij het uitgaan van deze uitdagingen. Het onderzoek wordt al weer voor de zesde keer uitgevoerd. Daarbij zijn we steeds meer de nadruk gaan leggen op de zakelijke uitdagingen en de rol van nieuwe technologie bij het aangaan van deze uitdagingen, zowel algemeen als specifiek voor enkele sectoren.

Het onderzoek is uitgevoerd door onafhankelijk ICT-onderzoeksbureau Pb7 Research. Begin 2021 zijn in totaal 1030 bedrijven in Nederland en België met 5 tot 250 werknemers onder-

vraagd met behulp van een web gebaseerde panel survey. De steekproef is zo ingericht dat er voldoende interviews binnen een beperkt aantal sectoren werden uitgevoerd om over die sectoren goed onderbouwde uitspraken te kunnen doen. Door de dataset met de 498 Belgische interviews te wegen, zijn de uitkomsten representatief voor het geheel van de Belgische KMO's (5 tot 250 werknemers).

Het document dat u nu leest, is een samenvatting van de belangrijkste bevindingen met betrekking tot de Belgische zakelijke dienstverleners en bevat de analyse en conclusies van Pb7 Research. De opdrachtgever van het onderzoek is het niet per definitie eens met de gepresenteerde analyse.

Steekproef België (N=498)



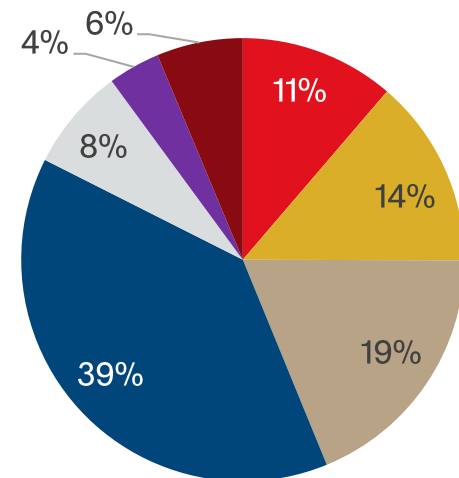
Zakelijke uitdagingen

Belgische KMO zakelijke dienstverleners zitten in het voorjaar van 2021 nog middenin een bijzondere periode. Door Covid-19 loopt alles anders dan anders. En dat zien we ook terug in de prestaties van de sector.

Maar liefst 44% van de dienstverleners heeft in 2020 met krimp te maken gehad, terwijl het aandeel groeiers bleef steken op 18%. Gelukkig wisten de meeste KMO's rode cijfers te voorkomen. Het aantal bedrijven met verlies bleef beperkt tot 35%.

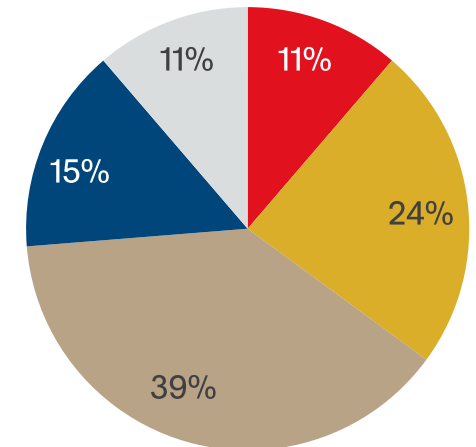
In vergelijking met andere jaren ligt de focus bij dienstverleners veel minder sterk op het vinden van nieuwe klanten en het ontwikkelen van nieuwe diensten. Wel vindt men het moeilijker om bij te blijven met nieuwe technologie.

Is uw omzet toe- of afgenomen in 2020?



- Zeer sterke afname (meer dan 10%)
- Sterke afname (-5 tot -10%)
- Afname (-5% tot -2%)
- Stabiel (-2% tot +2%)
- Toename (2% tot 5%)
- Sterke toename (5% tot 10%)
- Zeer sterke toename (meer dan 10%)

In welke mate was de nettowinstmarge van uw bedrijf in 2020 positief dan wel negatief?



- Sterk negatief (meer dan 10%)
- Licht negatief (-10% tot -2%)
- Neutraal (-2% tot +2%)
- Licht positief (2% tot 10%)
- Sterk positief (meer dan 10%)

Zakelijke uitdagingen

Wat zijn voor uw organisatie de drie belangrijkste sectorspecifieke uitdagingen?



Maar we zien ook dat dienstverleners zich weer voorbereiden op groei en naar nieuwe medewerkers zoeken.

Als we doorvragen naar de sectorspecifieke uitdagingen, zien we dat acquisitie hoe dan ook belangrijk blijft (maar minder dan anders). Nieuw is de grote druk op tarieven door een overschot van aanbod op de markt. Dienstverleners zien het binnen tijd en budget leveren ook even niet als zo'n grote uitdaging, terwijl ze juist meer inzicht proberen te krijgen in de voortgang en winstgevendheid van projecten.

Zakelijke uitdagingen

Zakelijke dienstverleners zijn in belangrijke mate afhankelijk van omzet uit projecten. Van alle projecten wordt slechts 58% tijdig, binnen budget én tegen de gewenste kwaliteit opgeleverd. Aangezien daar dus bijna de helft van de projecten niet aan voldoet, is het niet verwonderlijk dat een deel van alle projecturen, gemiddeld 20%, niet factureerbaar naar de klant is. Dat staat gelijk aan een gederfde omzet van €4,8 miljard per jaar.

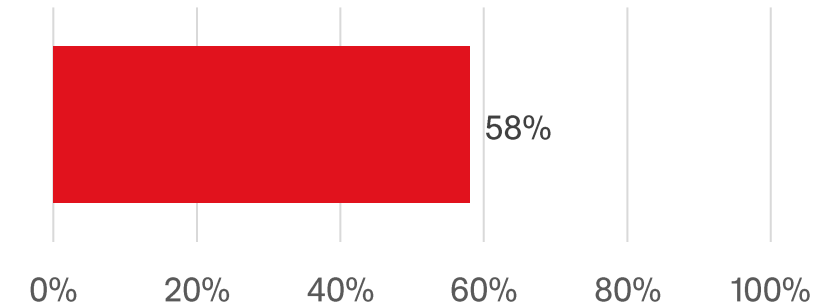
Dat digitale middelen daarbij een rol kunnen spelen, laat een diepere analyse van de dataset zien. Bij zakelijke dienstverleners (België plus Nederland) met een end-to-end geïntegreerd systeem voor de projectadministratie wordt 77% van de projecten op tijd, binnen budget en

tegen gewenste kwaliteit geleverd, tegen een gemiddelde van 69%* voor alle dienstverleners.

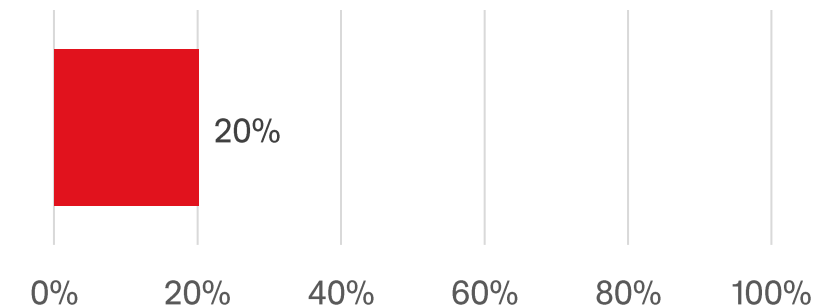
Dat werkt ook door in het aantal uren dat niet factureerbaar blijkt. Bij dienstverleners in België en Nederland met een end-to-end geïntegreerd systeem voor de projectadministratie is slechts 8% niet factureerbaar tegen een gemiddelde in de markt van 15%**.

**Het gemiddelde wordt door Belgische dienstverleners naar beneden getrokken*
***Het gemiddelde wordt door Belgische dienstverleners naar boven geduwd*

Hoeveel procent van de projecten wordt op tijd, binnen budget opgeleverd en van de gewenste kwaliteit?

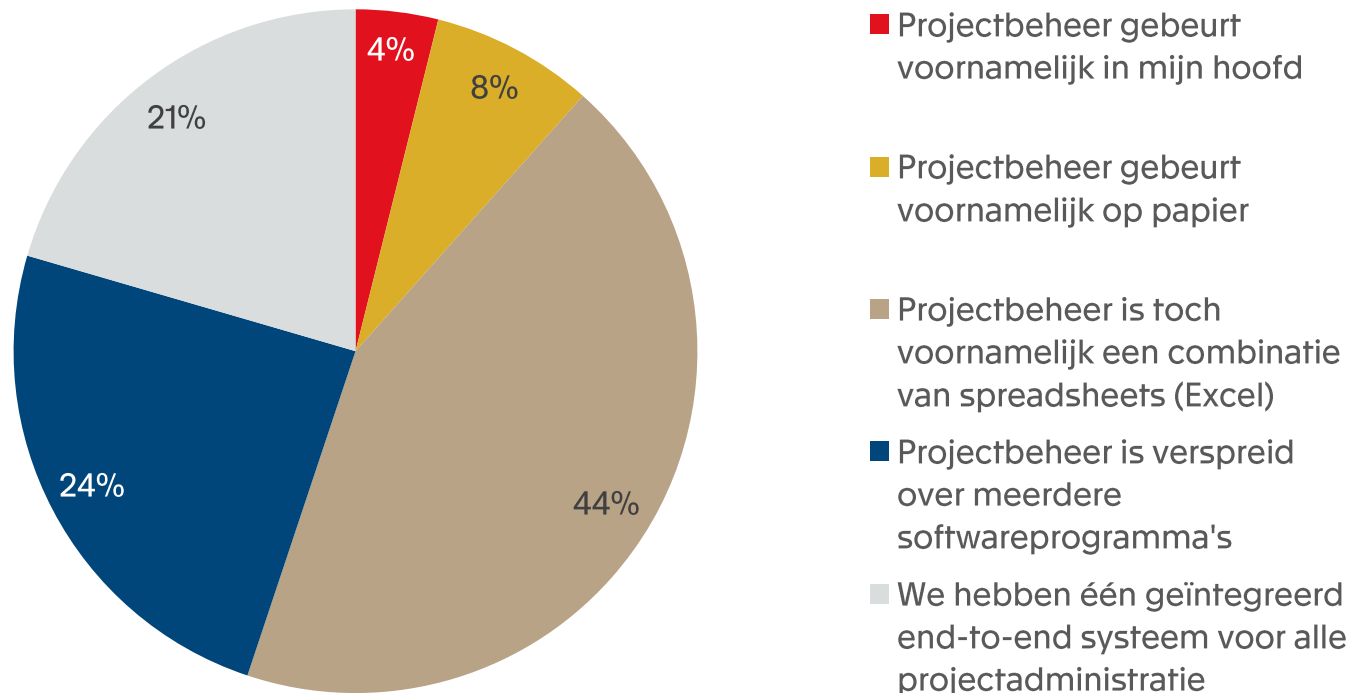


Hoeveel procent van de uren die aan projecten worden besteed, blijkt niet factureerbaar te zijn?



Zakelijke uitdagingen

Welke van de volgende omschrijvingen beschrijft het beste hoe u uw projectadministratie hebt geautomatiseerd?



Dienstverleners met een end-to-end geïntegreerd systeem voor alle projectadministratie presteren dus duidelijk beter dan andere dienstverleners. Toch gaat het daarbij maar om een op de 5 dienstverleners.

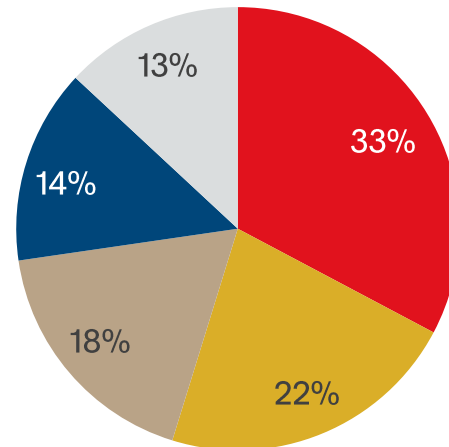
De meeste (andere) dienstverleners gebruiken digitale middelen voor project beheer. Een behoorlijke groep gebruikt een verzameling van verschillende softwareprogramma's. Maar veruit de meesten zijn afhankelijk van een combinatie van spreadsheets.

Zakelijke uitdagingen

Zakelijke dienstverleners zijn nog altijd vooral afhankelijk van inkomsten uit projecten met een inspannings- dan wel resultaatverplichting. Maar we zien de afgelopen jaar dat dat aan het veranderen is. Om minder afhankelijk te worden van de grillige inkomsten van afzonderlijke projecten, zetten steeds meer zakelijke dienstverleners in op andere verdienmodellen. Inmiddels komt een derde van alle omzet uit abonnementen en credits.

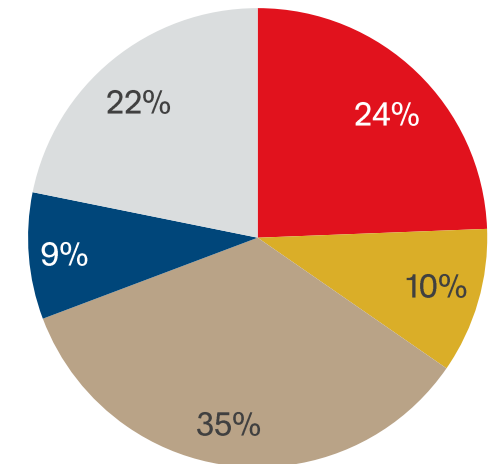
Kijken we specifiek naar abonnementsmodellen, dan werkt meer dan een op de 5 van de ondervraagde dienstverleners daar inmiddels mee. Daarnaast experimenteert een op de 10 bedrijven ermee en denkt nog eens een op de 3 er over na.

Kunt u inschatten hoe uw inkomsten verdeeld zijn over de volgende categorieën?



- Tijd (en materiaalkosten)
- Fixed price projecten
- Abonnementen (bijv. maandelijkse kosten)
- Credits (bijv. prepaid)
- Anders

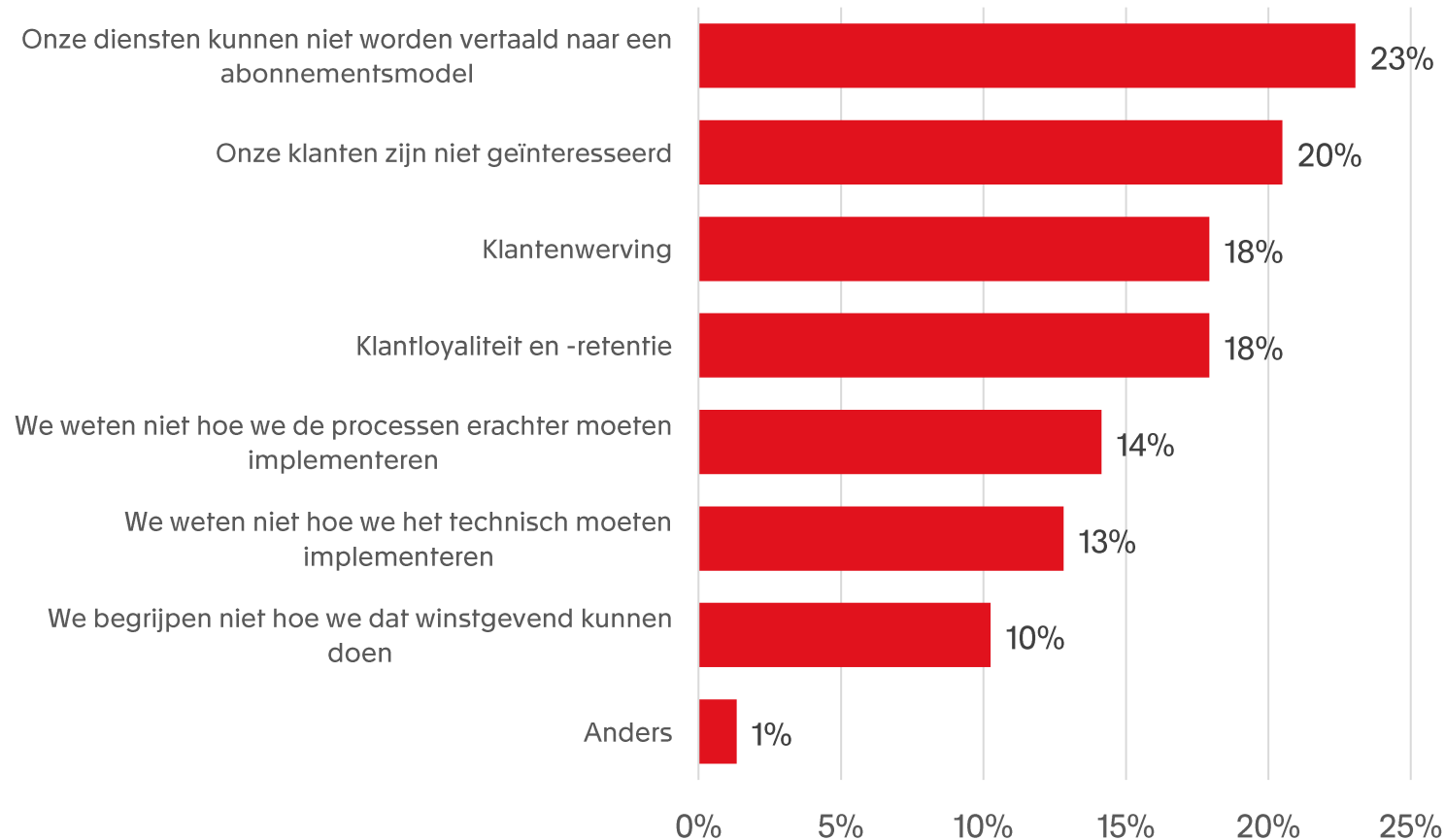
Overweegt uw bedrijf over te stappen op abonnementsmodellen, waarbij de klant een vast bedrag per maand (of een andere periode) betaalt om toegang te krijgen tot uw diensten?



- Nee, en onze concurrenten ook niet
- Nee, maar sommige van onze concurrenten wel
- Ja, we denken erover na
- Ja, we experimenteren ermee
- Ja, dat doen we al

Zakelijke uitdagingen

Wat ziet u als de belangrijkste uitdagingen van een abonnementsmodel?



Hoewel de continue inkomsten van het abonnementsmodel aantrekkelijk is voor veel dienstverleners, is een succesvolle implementatie daarvan niet altijd even eenvoudig. Een deel van de diensten kunnen niet of moeilijk vertaald worden in een abonnementsmodel, zelfs al zouden de klanten er aan willen.

Als het wel lukt om diensten te vertalen, krijgen dienstverleners te maken met hele andere processen. Het contact met klanten is vaak minder persoonlijk, waardoor er nagedacht moet worden over een goed model om klanten tevreden te houden. Ook aan de commerciële kant is het model anders. De bestaande aanpak en de daarbij behorende verkopers passen daar lang niet altijd goed bij.

Digitalisering

Naast de druk op omzet en winst, zorgt Covid-19 ook voor andere veranderingen. Door “social distancing” en de lockdowns, is werken op afstand waar mogelijk toegepast om zo goed mogelijk de figuurlijke deuren open te houden.

Bij veel zakelijke dienstverleners zijn de IT-systemen niet zo goed in staat om dat mogelijk te maken. Zoals we in het onderzoek zien, geven veel respondenten aan dat de IT-systemen niet flexibel genoeg zijn om goed te kunnen digitaliseren. Om dat te alsnog te realiseren, investeren veel bedrijven in betere thuiswerkmogelijkheden.

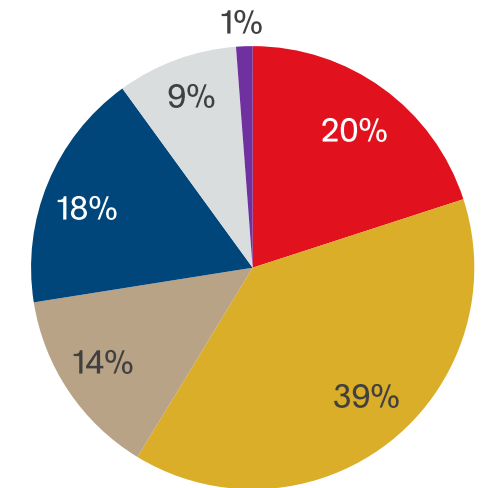
Anderen kiezen ervoor om vooral de overstap naar de cloud te versnellen, waardoor locatie-onafhankelijk werken mogelijk wordt gemaakt.

En dan is er nog een groep bedrijven die investeert in een beter online klantcontact, ter compensatie van de huidige uitdaging om klanten fysiek te ontmoeten.

Zo zorgen dienstverleners er niet alleen voor dat ze zo goed mogelijk productief kunnen blijven tijdens de pandemie. Ze zorgen er ook voor dat ze beter zijn voorbereid zijn op de toekomst, waar flexibiliteit en digitaal samenwerken met medewerkers, partners en klanten naar verwachting het verschil gaan maken.

De meeste bedrijven (59%) verwachten dat technologische veranderingen een sterke impact op het concurrentielandschap voor de komende jaren gaan hebben. Daarom geeft een groep van 66% een hoge prioriteit aan digitalisering.

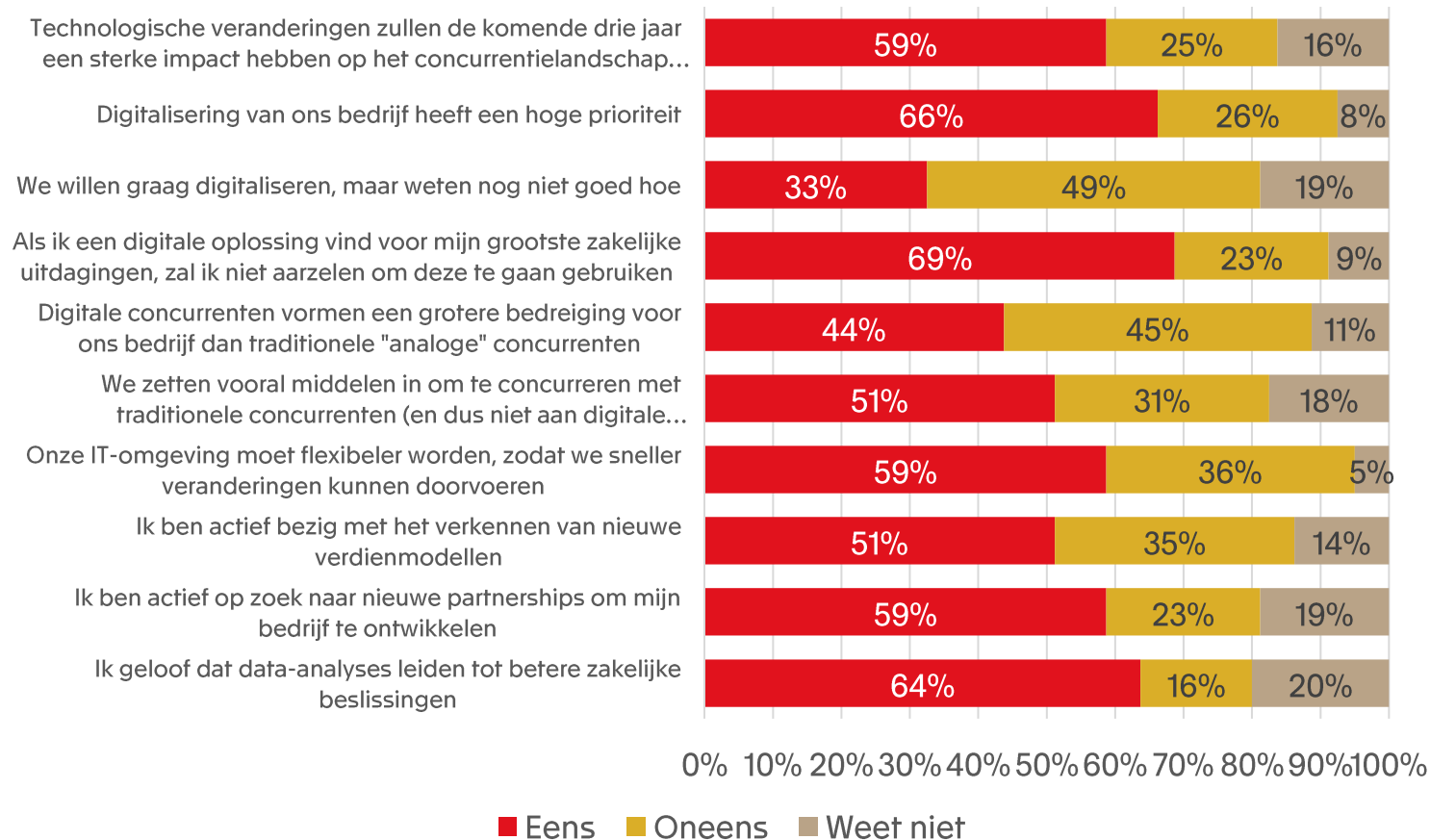
Wat zijn de gevolgen van de Corona-epidemie voor hoe uw bedrijf omgaat met digitalisering?



- Geen impact
- We investeren in betere thuiswerkmogelijkheden
- Versnelde overstap naar de cloud
- Verbeteren van de online ervaring voor klanten
- We stellen investeringen uit
- Anders

Digitalisering

Bent u het eerder eens of oneens met de volgende uitspraken?



Ook in de afgelopen barometer was die urgentie duidelijk. Inmiddels hebben steeds meer dienstverleners dan ook wel een idee te hebben van hoe ze moeten gaan digitaliseren. Ze erkennen dat data-analyse tot betere beslissingen leiden. En ze staan ook meer dan ooit open voor nieuwe digitale oplossingen voor hun zakelijke uitdagingen.

Een verschil met eerdere barometers is dat steeds meer KMO's de digitale dreiging ook van traditionele concurrenten zien komen. Het achterblijven bij digitalisering is dan niet langer een optie.

De grootste uitdaging die KMO's zien bij digitalisering is het ontbreken van een visie en het meekrijgen van klanten.

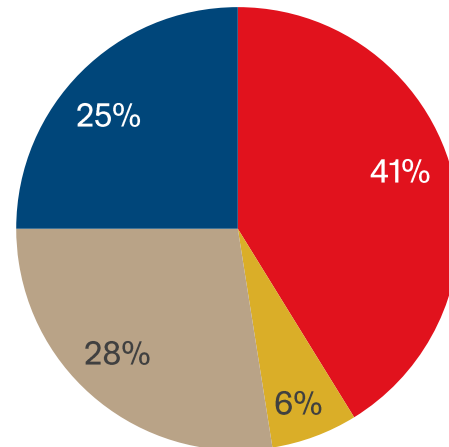
Digitalisering

De veranderende houding ten aanzien van digitalisering heeft ook zijn weerslag op hoe KMO's naar nieuwe software kijken. In veel van de voorgaande barometers werd nieuwe software voornamelijk aangeschaft om verouderde software te vervangen.

Nu zien we dat ook steeds meer zakelijke dienstverleners naar nieuwe software kijken om processen te optimaliseren of juist omdat ze altijd over de nieuwste technologie willen beschikken. Alleen het aantal bedrijven dat actief nieuwe software zoekt om te groeien is dit jaar aan de lage kant, doordat veel bedrijven even minder op groei zijn gericht.

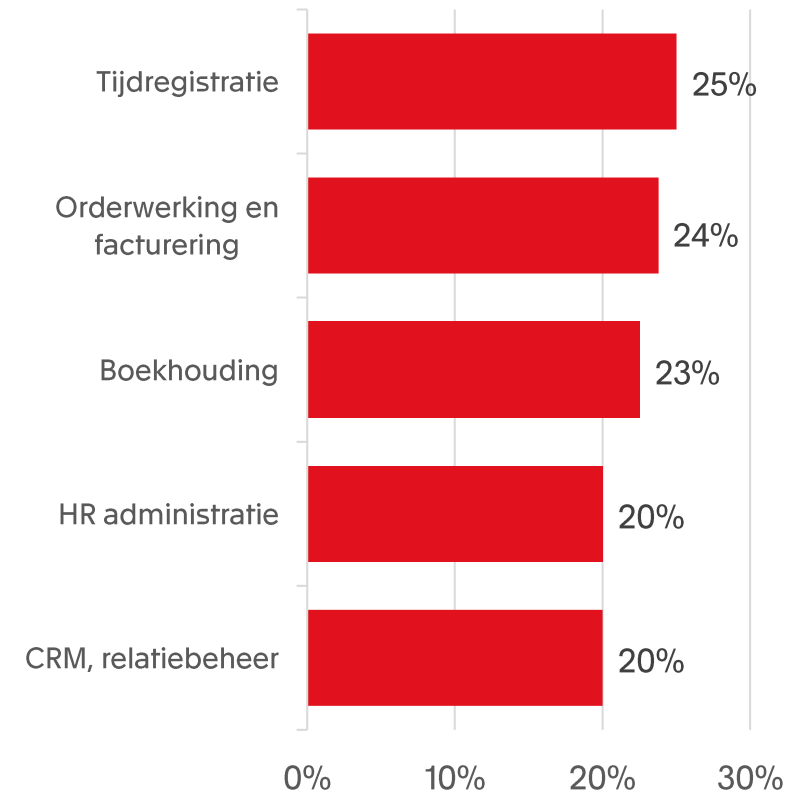
We zien verder dat het gebruik van software uit de cloud ongeveer verdubbeld is ten opzichte van de laatste barometer.

Welke van de volgende uitspraken omschrijft het best de houding van uw bedrijf ten opzichte van bedrijfssoftware?



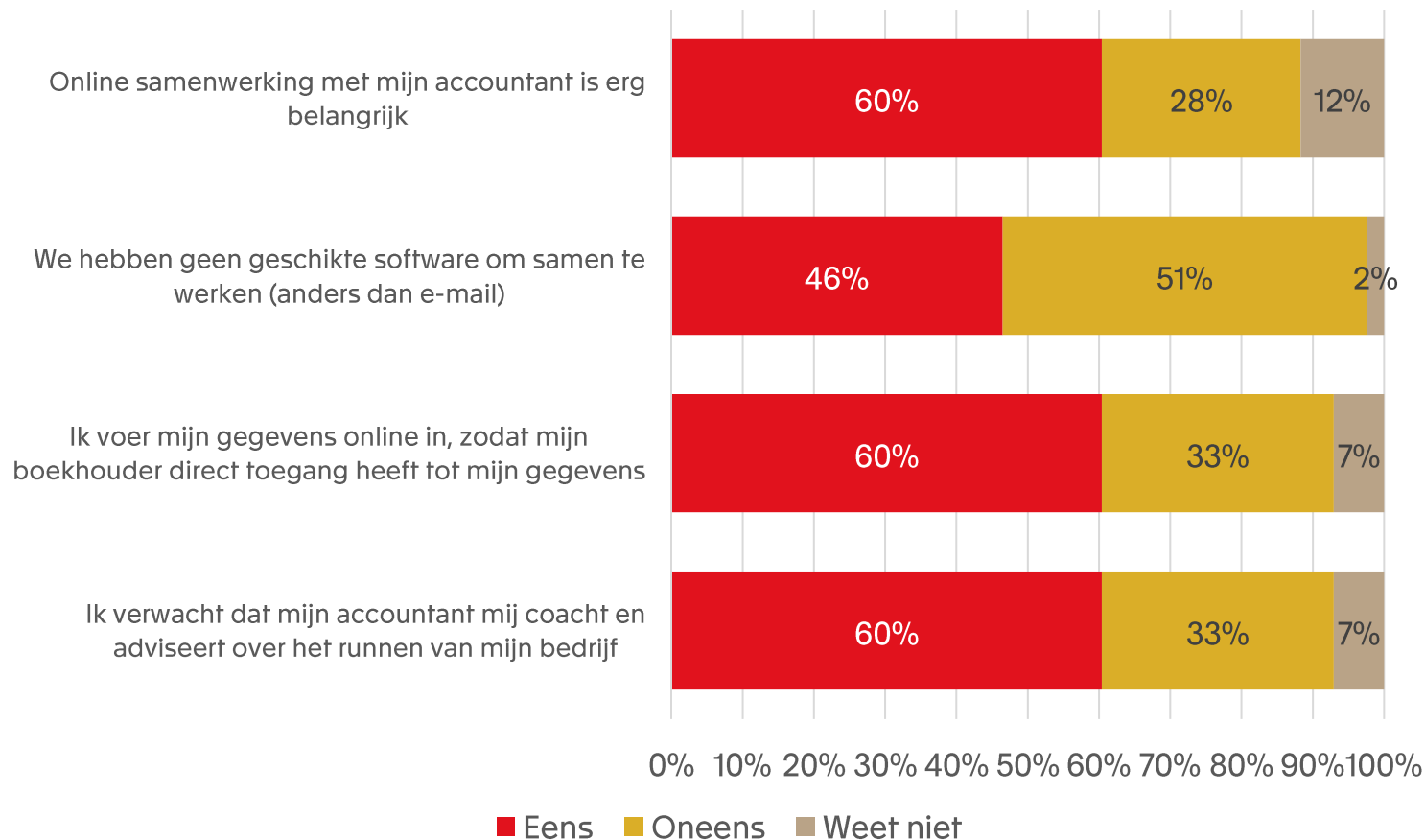
- We willen altijd de nieuwste technologie hebben
- We zijn actief op zoek naar nieuwe oplossingen die ons helpen groeien
- We zijn actief op zoek naar nieuwe oplossingen die ons helpen onze processen te optimaliseren
- We zoeken naar nieuwe oplossingen wanneer we verouderde versies moeten vervangen

Gebruikt uw bedrijf een specifiek softwarepakket voor een van de volgende processen? Zo ja, hoe? [% cloud]



Financiële administratie

Bent u het eerder eens of oneens met de volgende uitspraken?



De meeste dienstverleners werken samen met een accountant. Aangezien deze veel gegevens verwerkt die een bedrijf nodig heeft om op te kunnen sturen, is het nodig om snel inzicht te hebben in deze gegevens. Veel bedrijven vinden het daarom erg belangrijk om online samen te kunnen werken.

Dat begint al met het online aanleveren van gegevens naar de boekhouder. Hoe sneller de accountant over de data beschikt, des te sneller kan deze immers terugkoppeling geven. Dat kan in persoon – veel bedrijven verwachten advies en coaching, en via bijvoorbeeld een online dashboard. Maar er zijn ook nog veel dienstverleners die niet over de juiste software beschikken om online samen te kunnen werken.

Samenvatting

Corona laat zijn sporen na bij de Belgische KMO's. De meeste zakelijke dienstverleners hebben te maken (gehad) met een flinke druk op de omzet en winst. Om deze tijd goed door te komen, hebben veel bedrijven in digitalisering geïnvesteerd, om zo overal en altijd zo productief mogelijk samen te werken en klanten te kunnen bereiken. Ook de komende jaren zullen ze van deze investeringen kunnen profiteren.

Zakelijke en financiële uitdagingen
Inmiddels kijken de meeste bedrijven gelukkig weer positief vooruit. Ondanks de moeizame financiële ontwikkeling, maken bedrijven zich alweer zorgen over het werven van nieuwe medewerkers.

Dienstverleners merken heel sterk

dat projectbeheersing op dit moment een hoge prioriteit heeft. Het zoeken naar nieuwe klanten staat nog altijd bovenaan qua uitdagingen, maar veel minder uitgesproken dan in de afgelopen barometers.

We zien dat sturen op data heel belangrijk is geworden voor KMO's. Dienstverleners met een end-to-end geïntegreerd systeem voor de projectadministratie presteren ook daadwerkelijk beter. Maar bij de meeste dienstverleners zijn de systemen gefragmenteerd, waardoor het moeilijk is om een goed inzicht in belangrijke stuurdata te krijgen.

Om inzicht te krijgen in stuurdata, vertrouwen veel KMO's voor een belangrijk deel ook op hun accountants. Op zich is de tevreden-

heid naar accountants toe hoog, maar we zien daarin toch een duidelijke afname in vergelijking met voorgaande jaren. We zien dat dienstverleners vaak aangeven dat ze niet over geschikte software beschikken, waarmee ze goed met hun accountant samen kunnen werken. Dat terwijl men online samenwerking juist erg belangrijk vindt.

Digitalisering

Ook zonder Corona is digitalisering een belangrijk thema voor zakelijke dienstverleners. Waar ze voorheen zich vooral zorgen maakten om digitale nieuwkomers die een hele sector op zijn kop zouden kunnen gaan zetten, maken ze zich nu ook druk om de digitalisering van hun traditionele concurrenten.

Samenvatting

Om te voorkomen dat ze zelf op achterstand komen te staan, of juist om zelf een voorsprong te krijgen, kijken steeds meer KMO's naar nieuwe verdienmodellen die door digitalisering worden mogelijk gemaakt.

Bij zakelijke dienstverleners zien we dat op diverse terreinen terug. We zien vooral dat ze, net als in de afgelopen jaren, steeds meer inzetten op modellen met een terugkerende omzet zoals abonnementen en credits.

Maar het is niet altijd eenvoudig om te digitaliseren. Het ontbreekt bij veel dienstverleners aan een duidelijke visie en het is niet altijd eenvoudig om klanten mee te krijgen. Bovendien geven ze vaak aan dat de IT-omgeving

niet flexibel genoeg is om zich snel aan te kunnen passen aan veranderingen.

Om daar wat aan te doen, zien we dat zakelijke dienstverleners op een andere manier naar nieuwe software beginnen te kijken. Ze kiezen steeds bewuster voor nieuwe software en zien daar ook eerder de meerwaarde van in. Daarbij zijn cloudoplossingen veelal de norm.