



MKB Cloud Barometer 2015
Management Samenvatting Groothandel
In opdracht van: Exact Nederland & KPN



Peter Vermeulen
Pb7 Research
25 juni 2015
peter@pb7.nl

Inhoud

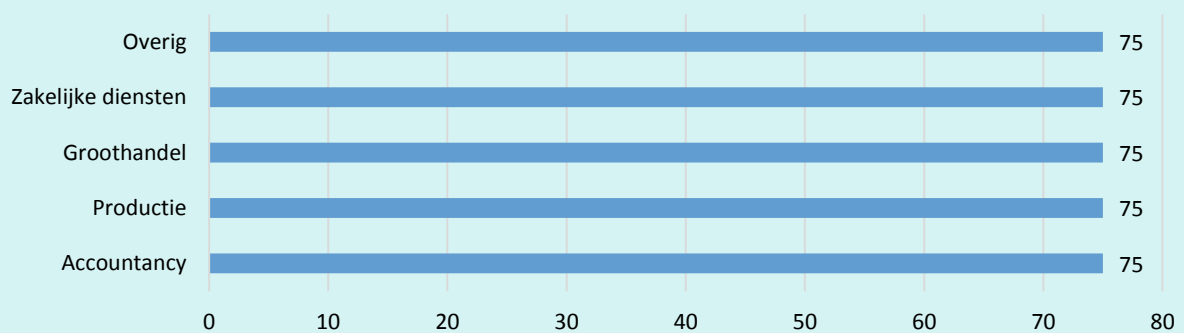
Inhoud	1
Achtergrond.....	2
De MKB Cloud Barometer voor Groothandel 2015.....	3
Tussen twee vuren	4
Online bedrijfsapplicaties.....	5
De bijdrage van online oplossingen aan zakelijke uitdagingen	5
Wel of niet naar de cloud?	6
Wat levert het op?.....	7
Analyse	7

Achtergrond

Met de MKB Cloud Barometer houden Exact en KPN de vinger aan de cloudpols bij het MKB. De barometer is een onderzoek dat in kaart brengt hoeveel waarde MKB'ers uit de cloud halen, hoe ze nog meer zakelijke toegevoegde waarde eruit kunnen halen en hoe zich dat in de loop der jaren ontwikkelt. Daarbij zijn we steeds meer de nadruk gaan leggen op de zakelijke uitdagingen, zowel algemeen als specifiek voor enkele sectoren, waaronder groothandel.

Het onderzoek is uitgevoerd door onafhankelijk ICT onderzoeksbureau Pb7 Research. In maart 2015 zijn in totaal 2975 bedrijven in Europa en de VS, waaronder 375 Nederlandse bedrijven met 1 tot 50 werknemers ondervraagd met behulp van zowel een web gebaseerde panel survey. De steekproef is zodanig ingericht dat er voldoende interviews binnen een beperkt aantal sectoren werden uitgevoerd om over die sectoren goed onderbouwde uitspraken te kunnen doen en ze met elkaar te kunnen vergelijken. Door de dataset tijdens de analyse te wegen, zijn de uitkomsten representatief voor het geheel van het Nederlandse MKB (tot 50 werknemers). N.B. Waar we cijfers van vorig jaar gebruiken, kan het enigszins afwijken van vorig jaar, doordat de cijfers opnieuw gewogen zijn om beide sets optimaal vergelijkbaar te maken.

Figuur 1: Steekproefverdeling Nederland (N=375)



Bron: Pb7 Research, 2015

In 2014 zijn accountancybedrijven niet specifiek in kaart gebracht (in 2013 wel) en was een focus op ZZP'ers (eenmanszaken) toegevoegd. Dit jaar zijn we weer terug bij het begin: de accountants doen weer mee en de ZZP'ers hebben we niet gericht ondervraagd.

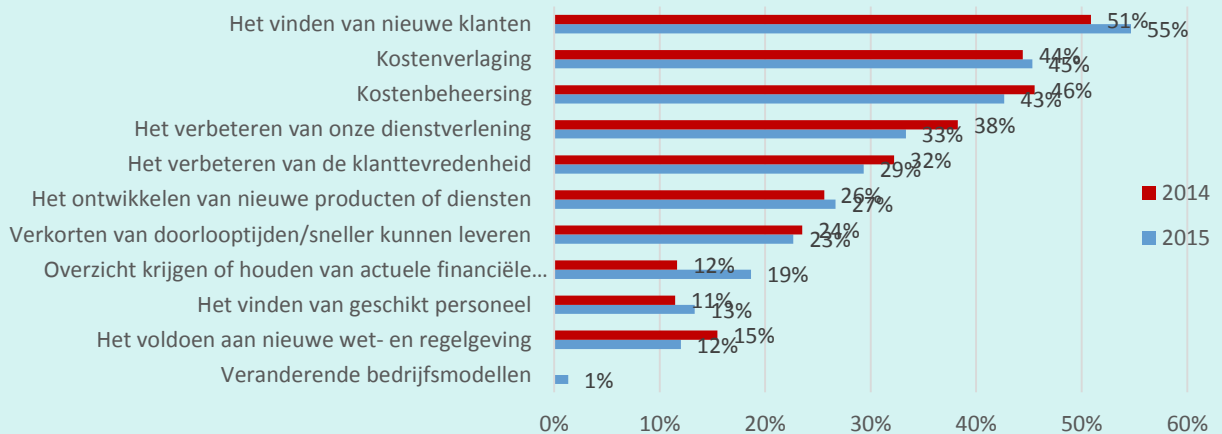
Het onderzoek heeft een grote hoeveelheid informatie opgeleverd over de zakelijke uitdagingen in het MKB, het gebruik van online oplossingen, hoe ze cloud inzetten om waarde te creëren op verschillende wijze in verschillende sectoren en wat de ontwikkelingen zijn in vergelijking met voorgaande jaren. Het document dat u nu aan het lezen bent, is een samenvatting van de belangrijkste resultaten en conclusies uit het onderzoek met betrekking tot de groothandel en vertegenwoordigd de visie en mening van Pb7 Research. De sponsors van het onderzoek, KPN en Exact, zijn het dus niet per definitie eens met de analyse en de conclusies.

De MKB Cloud Barometer voor Groothandel 2015

In 2014 zagen we dat na enkele moeilijke jaren, één op de twee groothandels in het MKB zich voor aan het bereiden was op groei. De respondenten in 2015 kijken nu inderdaad terug op een jaar van groei en verwachten dat dit jaar de groei nog iets verder zal toenemen. Daarmee lopen groothandels voor op veel andere MKB'ers, maar blijft de groei wel achter bij bijvoorbeeld de productie.

Figuur 2: Algemene zakelijke uitdagingen, Groothandel

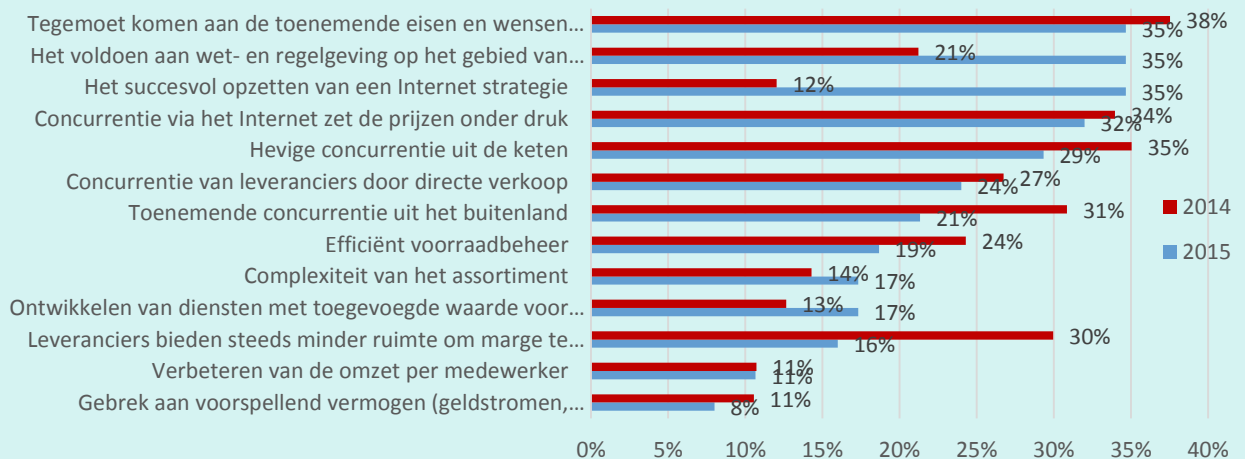
C1. Wat zijn voor uw organisatie de drie belangrijkste zakelijke uitdagingen?



Nu de groei in de groothandelssector doorzet, zien we wat kleinere verschuivingen optreden in de uitdagingen. In vergelijking met vorig jaar is de nadruk nog wat meer op acquisitie komen te liggen en wat minder op het verbeteren van de dienstverlening. Net als vorig jaar zijn kosten een continue uitdaging. Opvallend is dat bij de branchespecifieke uitdagingen er wel grote verschuivingen zijn te zien. De veeleisende klant blijft een topprioriteit, maar anders dan vorig jaar zien veel bedrijven grote uitdagingen op het gebied van wet- en regelgeving en het opzetten van een internet strategie. Daar staat tegenover dat de concurrentiedruk, hoewel deze sterk blijft, toch wat af is genomen en dat vooral leveranciers wat meer ruimte bieden om marge te realiseren.

Figuur 3: Branchespecifieke uitdagingen, Groothandel

F1. U heeft aangegeven dat uw bedrijf actief is in de groothandel. Wat zijn voor uw bedrijf de 3 belangrijkste branchespecifieke uitdagingen?

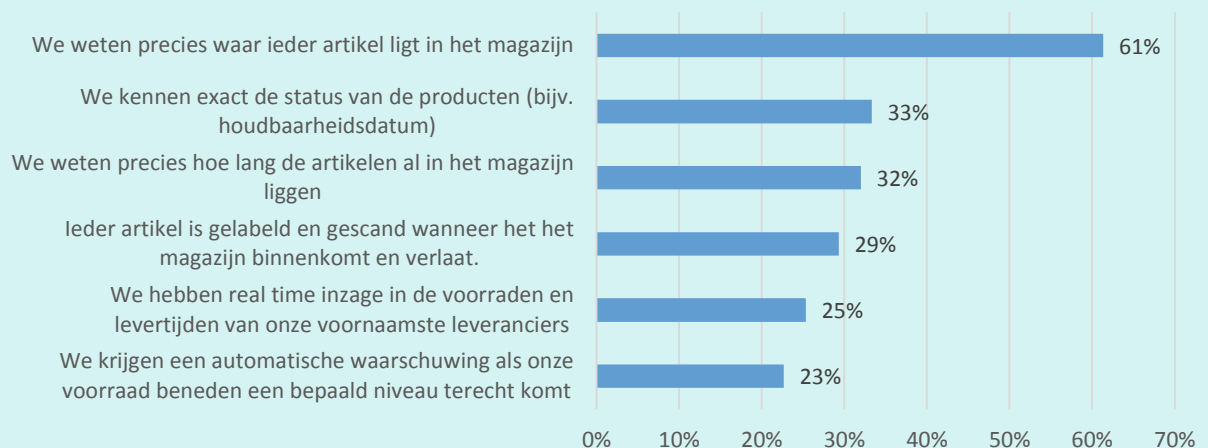


Tussen twee vuren

De groothandel functioneert van oudsher als een logistiek tussenstation tussen producten en verkopers. Deze intermediaire rol staat als sinds de jaren negentig onder druk te staan als gevolg van de transparantie van het opkomende internet. Terwijl afnemers een beter inzicht in de prijzen hebben en steeds veeleisender worden, zijn producenten steeds beter in staat om direct aan de detailhandel en de consument te leveren. Dat de loyaliteit van de afnemer onder druk staat, zien we als we groothandelsbedrijven naar het percentage klanten, 22%, dat niet meer terugkeert nadat ze te laat leveren.

Figuur 4: Kennis van de voorraden

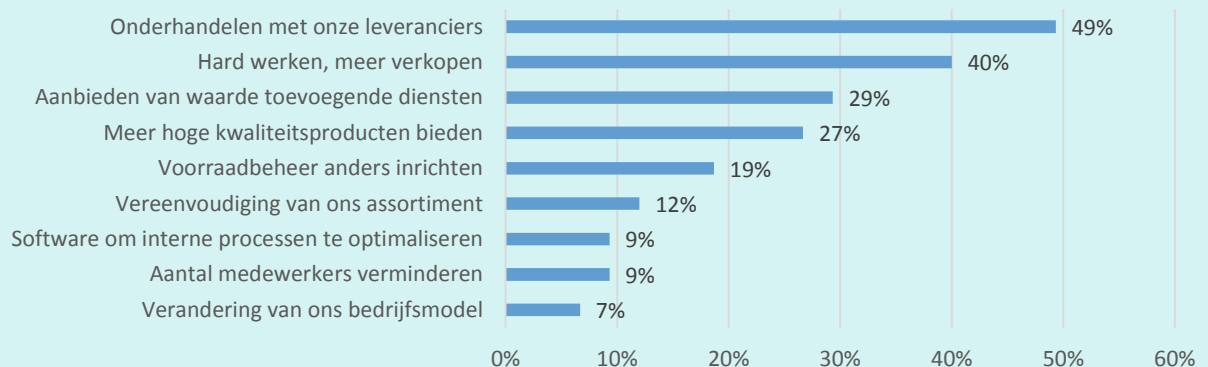
G5: Welke van de volgende stellingen zijn waar met betrekking tot het voorraadbeheer binnen uw organisatie?



Hoe meer de groothandelaar onder druk komt te staan, hoe meer zijn marge onder druk komt te staan. Voor veel bedrijven geldt dat ze nog best een behoorlijke slag kunnen maken in het reduceren van kosten, bijvoorbeeld op het gebied van voorraadbeheer. Zoals figuur 4 laat zien, heeft lang niet ieder bedrijf een goed inzicht in de voorraad. En als een groothandel zijn voorraden weet te halveren, zonder in te boeten op de kwantiteit en kwaliteit van leveringen, zou deze de marge met gemiddeld 13% kunnen verbeteren. Toch zet maar 19% van de groothandelsbedrijven in op het anders inrichten van het voorraadbeheer.

Figuur 5: Hoe verbetert een groothandel zijn marges?

G7: Welke van de volgende acties onderneemt u om de marges te verbeteren?



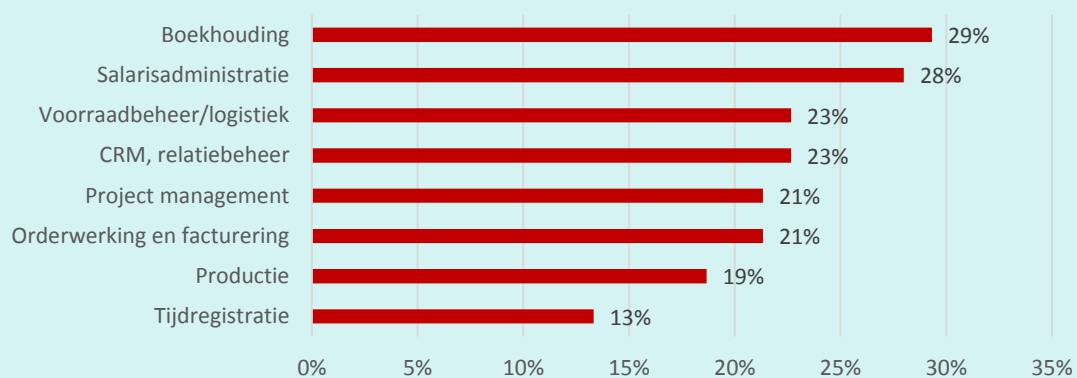
Maar er zijn ook andere manieren om de marge te verbeteren. Groothandelaars zijn wat dat betreft in veel gevallen rechttoe, rechtaan: de meesten zetten in op een combinatie van slim inkopen en hard werken, precies dat wat veel handelaren heeft gebracht tot waar ze vandaag de dag zijn. We kunnen dan ook niet verwachten dat er veel handelaren zijn die hun bedrijfsmodel bereid zijn op de kop te zetten om een voortrekkersrol te spelen in de grote veranderingen die technologie ook op deze sector heeft. Wel zien we dat veel groothandels zich specialiseren en meer dienstverlening aan te bieden om de toegevoegde waarde voor de klant te vergroten. Ze begrijpen dat in deze tijd niet altijd degene die het hardste werkt, wint en wel steeds vaker degene die het slimste werkt.

Online bedrijfsapplicaties

In de afgelopen jaren hebben we gezien dat groothandelsbedrijven relatief weinig kennis hebben van de cloud, maar dat ze toch behoorlijk wat cloudoplossingen blijken te gebruiken. Het gebruik van online oplossingen neemt geleidelijk toe. Terwijl vorig jaar van de genoemde cloudoplossingen gemiddeld 18% van de bedrijven gebruik maakte, is dat in het afgelopen jaar tot 22% gestegen. De meest gebruikte oplossingen zijn de boekhouding en de salarisadministratie. Vooral deze laatste oplossingen maakte een stevige groei door.

Figuur 5: Gebruik van online bedrijfsapplicaties

B2. Gebruikt uw bedrijf een specifiek softwarepakket voor de volgende processen? Indien ja, op welke wijze? *Volledig online (via Internet, geen installatie nodig, maandelijkse betaling), op locatie/gehost (software zelf geïnstalleerd/laten installeren, vaak met onderhoudscontract) of niet, d.w.z. u gebruikt bijvoorbeeld spreadsheets (Excel) of papier. [N.B.: de figuur laat alleen "online" gebruik zien]



De bijdrage van online oplossingen aan zakelijke uitdagingen

Veel groothandels zullen niet meteen aan online oplossingen een doorslaggevende rol toebedelen bij het aangaan van hun zakelijke uitdagingen. Toch kan moderne technologie hier een belangrijke rol in spelen. De meeste groothandels erkennen deze positieve bijdrage. Er zijn vooral veel bedrijven die aangeven dat ze efficiënter (zouden) kunnen werken dankzij online oplossingen. Een op de drie groothandels ziet kostenbeheersing als een belangrijke mogelijke bijdrage. Een bijna even grote groep ziet meer productiviteit.

Figuur 6: Gebruik van online bedrijfsapplicaties

1.1. Wat ziet u als de belangrijkste mogelijke bijdragen van online software (cloudoplossingen) voor uw organisatie?



Veel groothandels zien ook dat online oplossingen het eenvoudiger maken om te groeien. Het is immers eenvoudiger om zonder investeringen toegang te krijgen tot nieuwe toepassingen en bijvoorbeeld snel gebruikers toe te kunnen voegen of zelfs een heel nieuw kantoor in het buitenland aan te sluiten. Bovendien verwachten veel groothandels dankzij de betere toegang tot gegevens een betere controle te verkrijgen. Het is natuurlijk wel de vraag of groothandels met deze doeleinden online toepassingen gaan gebruiken en of ze deze verbeteringen ook echt weten te realiseren.

Wel of niet naar de cloud?

Voor groothandels zien we dat de redenen om voor een online oplossing te kiezen en de mogelijke zakelijke bijdragen niet op een lijn liggen. Groothandelsbedrijven kijken, anders dan in veel andere sectoren, vooral naar cloudoplossingen als een mogelijkheid om IT-kosten te besparen. Dat men daar vervolgens andere zakelijke voordelen mee kan realiseren, zien men vooral als een prettige bijkomstigheid. Enerzijds vindt men het prettig dat je eenvoudige mobiele toegang hebt of bijvoorbeeld je smartphone, tablet of laptop, maar het wordt niet echt aangeschaft als een tool om de efficiency of productiviteit te verbeteren.

Ook als we naar andere overwegingen kijken, zien we dat de afweging meer op het IT-vlak plaatsvindt, dan op het zakelijke vlak. Veel bedrijven vertrouwen erop dat de cloud toekomstvast technologie biedt en ze zien ook veel voordelen op het vlak van eenvoud van beheer en veiligheid: IT uitdagingen waar veel MKB'ers, ook in andere sectoren, mee worstelen.

Wat verder opvalt, zowel bij groothandels als in andere sectoren, is dat de aanbeveling van de accountant niet langer een doorslaggevende overweging is. De vraag naar online oplossingen komt dus steeds meer vanuit de bedrijven zelf. Dat wordt niet veroorzaakt doordat accountants hun invloed zouden verliezen, maar zal eerder voortkomen uit de brede beschikbaarheid van online oplossingen. Terwijl er nog meer dan voldoende sceptische softwaregebruikers zijn, hebben de meeste softwarebedrijven de cloud stevig omarmd.

Figuur 7: Waarom online software overwegen?

B3: Wat zijn, of zouden, belangrijke redenen om voor online oplossingen te kiezen voor de zojuist genoemde processen?



Wat levert het op?

Ook dit jaar hebben we in de MKB Cloud Barometer de gebruikers van online oplossingen gevraagd naar de voordelen die ze daadwerkelijk hebben gerealiseerd. Aangezien de steekproefomvang het niet toelaat om met deze vraag in te zoomen op sectoren, kijken we daarbij alleen naar de cloudgebruikers als geheel. Opvallend is dat deze gebruikers dit jaar nog positiever zijn dan vorig jaar. Als we kijken of wordt gerealiseerd wat groothandels willen realiseren, kunnen we dat bevestigen. We zien dat cloudgebruikers, gemiddeld genomen, beduidende kostenbesparingen hebben weten te realiseren en dat de productiviteit is toegenomen. Het meest tevreden zijn ze over het gebruiksgemak en de eenvoudige toegang tot belangrijke informatie.

Opvallend is dat zowel op het vlak van beveiliging als op het gebied van storingen er aanzienlijke verbeteringen zijn opgetreden nadat men op online oplossingen is overgestapt. Waar MKB'ers steeds meer worstelen met het in de lucht houden van hun IT-omgeving en het ervan beschermen tegen kwaadwillenden, zijn professionele online aanbieders vaak een uitkomst.

Analyse

In het MKB heeft de groothandelssector de groei weer gevonden. Toch blijft de druk op veel bedrijven hoog om hun toegevoegde waarde te laten zien in een wereld die door technologie steeds transparanter wordt. De meeste bedrijven proberen dit op te lossen om dat te doen waar ze het beste in zijn: scherp inkopen en de schouders er nog maar eens extra onder zetten. Maar er zijn ook steeds meer handelaren die inzien dat ze zich moeten specialiseren of juist hun dienstverlening moeten uitbreiden om relevant te blijven. Tegelijkertijd blijft het belangrijk om de kosten goed onder controle te houden. Een belangrijke manier om de marge te verbeteren, is de optimalisatie van de voorraden. Bedrijven die beter inzicht in hun voorraad hebben, kunnen de voorraad terugdringen, wat een sterk positief effect heeft op de marge.

Handelaren verwachten van online oplossingen dat deze een bijdrage leveren aan zakelijke uitdagingen, vooral op het gebied van efficiency, kostenbesparingen en productiviteit, maar ook door overal eenvoudige toegang te bieden tot belangrijke data. Maar als het aankomt op de aanschaf van online bedrijfsoplossingen, gebruiken ze eerder IT-argumenten dan zakelijke argumenten. De zakelijke voordelen worden vaak als een bijkomstigheid beschouwd. Bij MKB'ers in andere sectoren zien we dat de zakelijke voordelen steeds meer de reden zijn om naar de cloud te gaan en dat men langzaamaan begint na te denken over hoe deze oplossingen ze kunnen helpen een concurrentievoordeel te realiseren. Ondanks dat de cloud inmiddels goed geaccepteerd wordt in de groothandel en ondanks dat men merkt dat het zakelijk voordeel oplevert, zien we dat dit denkproces nog niet echt op gang komt.