

Persbericht



B2B en B2C aankoopmodellen versmelten, zo blijkt uit een onderzoek van Avanade. Business-to-everyone (B2E) doet zijn intrede.

MERELBEKE – 27 maart 2014

Avanade, een wereldwijde speler in oplossingen voor bedrijfstechnologieën en managed services, publiceerde vandaag een grootschalig globaal onderzoek over het veranderende verkoopproces en aankooppatroon van zakelijke aankopers.

Het meest recente onderzoek van Avanade toont aan hoe de 'consumerisatie' het evenwicht in het verkoopproces verstoort. De verkoper verliest de controle in dit proces omdat het gedrag van inkopers in bedrijven steeds meer aanleunt bij dat van de gewone consumenten.

Zakelijke beslissers zien klantbeleving tegenwoordig als de belangrijkste factor in het verkoop beslissingsproces, nog voor het kostenaspect. De wereldwijde resultaten laten zien dat beslissers bereid zijn om 30 procent meer te betalen voor een product of dienst als het een betere klantbeleving biedt, in België ligt dat percentage op 27 procent.

Bedrijven nemen nieuwe mensen aan en ontwikkelen nieuwe departementen om de klantervaring te verbeteren. Hierbij spelen IT, klantenservice, call centers, productie en distributie een belangrijke rol.

In België is 55% van de respondenten ervan overtuigd dat technologie de menselijke interactie met klanten zal vervangen in de komende 10 jaar. Om op die verandering in te spelen, investeren bedrijven nu in nieuwe technologieën, veranderen ze hun productieprocessen en herbekijken ze de verdeling van taken en rollen binnen hun organisatie.

Meer dan 80% van de Belgische bedrijven veranderden de voorbije 3 jaar minstens één van hun bedrijfsprocessen voor een betere interactie met de klant (dit is evenveel als het globaal cijfer).

Kerngetallen

- In België is 55% van de bevroagden ervan overtuigd dat technologie de menselijke interactie met klanten zal vervangen in de komende 10 jaar.
- Meer dan 80% van de Belgische bedrijven veranderden de voorbije 3 jaar minstens één van hun bedrijfsprocessen voor een betere interactie met de klant.
- Belgische bedrijven die die veranderingen doorvoerden, meten een toename in B2C inkomsten (60%), loyaliteit (53%) en hun klantenbestand (33%).

“Bedrijven zijn de controle over hun verkoopproces aan het verliezen en B2B- en B2C-aankoopmodellen vertonen steeds meer gelijkenis. Er is niet langer sprake van business-to-business of business-to-consumer, het is nu business-to-everyone,” vertelt Marc Sorée, country manager Avanade België & Luxemburg.

“De waarde van klantrelaties is niet langer bepalend door het aantal transacties. Het is de complete ervaring die een verkoper biedt bij de aankoop van een product of dienst, alsook tijdens het gebruik ervan (de dienst na verkoop). Bedrijven die de moeilijke klantrelaties van vandaag kunnen doorgronden, bouwen lange termijn- en winstgevendende relaties met klanten uit.”

Deze nieuwe wereldwijde studie bouwt verder op bevindingen uit een vorige studie van Avanade ‘Work Redesigned’, afgenomen in januari 2013. Vooruitstrevende bedrijven veranderen bedrijfsprocessen door een nieuwe stijl van werken te ontwikkelen; beïnvloed door mobiele apparaten, tools om samenwerken te verbeteren en sociale technologieën.

Uit dit onderzoek bleek dat bedrijven hun zakelijke processen veranderen om in te spelen op de ‘nieuwe klant’ door meer klantenservice- en supporttechnologieën te gebruiken (40 procent), door het aantal medewerkers met klantcontact te vergroten (20 procent) en door het verkoopproces te automatiseren (27 procent).

Om de klantervaring nog beter te maken, gaan 85% van de Belgische bedrijven de komende 12 maanden waarschijnlijk meer investeren in technologie. Beleidsmakers en IT leiders zien immers de voordelen van deze veranderingen.

Bedrijven rapporteren wereldwijd positieve resultaten na investeringen in technologie voor een betere klantenservice en na het aanpassen van de interne rolverdeling. Belgische bedrijven die deze veranderingen doorvoeren, meten een toename in B2C inkomsten (60%), loyaliteit (53%) en hun klantenbestand (33%).

“Bedrijven hebben de controle over het verkoopproces verloren en B2B en B2C aankoopmodellen versmelten. Het is niet langer business-to-business of business-to-consumer, maar business-to-everyone.”

Marc Sorée,

Country manager Avanade Belgium & Luxembourg

Over het wereldwijde onderzoek

Avanade's onderzoek werd uitgevoerd in oktober 2013 door Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com), een onafhankelijk onderzoeksbureau. Voor het onderzoek werden 1000 C-level executives en IT-beslissers ondervraagd van topbedrijven uit de volgende landen: de Verenigde Staten, Australië, België, Brazilië, Canada, Denemarken, Finland, Frankrijk, Duitsland, Italië, Maleisië, Nederland, Singapore, Zuid-Afrika, Spanje, Zweden, Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk.

Over Avanade

Avanade biedt zakelijke technologiediensten die inzicht, innovatie en expertise van Microsoft-technologieën met elkaar verbinden. Hiermee helpt de organisatie klanten om de gewenste resultaten te behalen. Avanade's diensten en oplossingen verbeteren performance, productiviteit en verkoop bij organisaties in iedere markt. De organisatie biedt Microsoft-expertise via een wereldwijd netwerk van consultants. Daarnaast heeft Avanade de juiste mix van onshore, offshore en nearshore vaardigheden, zodat het bedrijf de juiste resultaten sneller, tegen lagere kosten en met minderrisico kan aanbieden. Avanade is in 2000 opgericht door Accenture en Microsoft Corporation. Daarnaast is Accenture voor het merendeel eigenaar van Avanade. Er werken ruim 12.000 professionals voor Avanade in meer dan 20 landen wereldwijd. Voor meer informatie kijk op: www.avanade.com.

Perscontact :
Edelman voor Avanade