



Top vijf grootste knelpunten MKB in 2018

... en hoe technologie helpt deze op te lossen

Het midden en kleinbedrijf (MKB) is in Nederland de grote motor van de economie. Het gaat dan van 'papa- en mamawinkels' op de hoek van de straat, tot en met middelgrote ondernemingen en alles wat daar tussenin zit. Ze dragen allemaal bij aan banen, export, innovatie en welvaart. Sterker nog, zonder het MKB staat de BV Nederland stil.

Het is interessant eens te kijken naar wat MKB-ondernemingen in 2018 als grootste uitdaging zien. Waar lopen zij tegenaan? Wat gaat ze in 2018 remmen in hun ontwikkeling? Waar liggen MKB-ondernemers 's nachts wakker van? Om te voorkomen dat de economische groei in Nederland stagneert, is het noodzakelijk oplossingen te vinden voor deze knelpunten. Toegegeven, technologie is niet het allesomvattende antwoord op al deze problematiek, maar helpen doet het wel.

In dit whitepaper presenteren wij resultaten van een onderzoek naar de vijf grootste knelpunten voor het MKB in 2018. En hoe technologie helpt deze vraagstukken op te lossen.

Insight 

Verschillende invalshoeken

Wie op internet onderzoek doet naar wat het MKB in Nederland bezighoudt, vindt honderden lijstjes. Elk 'onderzoek' bekijkt de 'problemen' binnen het MKB vanuit een andere invalshoek. Binnen al deze lijstjes zijn veel overeenkomsten maar tegelijk ook opvallend veel verschillen.

Zo zien we bij onderzoeken van financiële instellingen (waaronder banken en verzekeraars) het verkrijgen van voldoende financiering als belangrijk punt van zorg. Bij instanties die zich met personeel bezighouden is het vinden van voldoende en juist geschoolde medewerkers een 'hot item'. Bij technologiebedrijven is het voornamelijk digitale transformatie en cybersecurity wat de klok slaat. Dus, wat is nu waar?

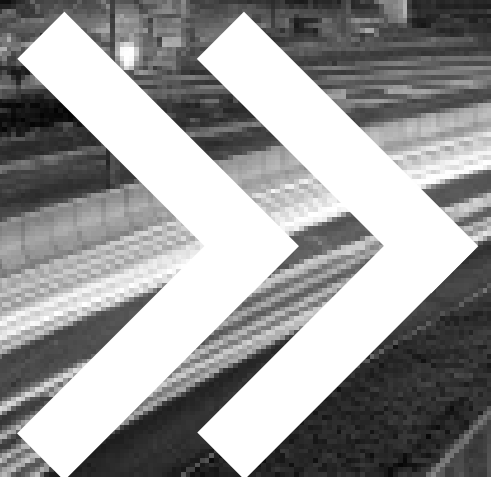
Universeel resultaat

Voor dit whitepaper onderzochten wij informatie van verschillende (gerenommeerde) bronnen:

1. Centraal Bureau voor de Statistiek (www.staatvanhetmkb.nl)
2. Kamer van Koophandel (www.kvk.nl)
3. MKB Nederland (www.mkb servicedesk.nl)

Wanneer we de gevonden onderzoeksresultaten samenvoegen en analyseren, komen wij tot een interessante universele top vijf van de grootste knelpunten voor het MKB in 2018:

- 1** Personeelsbeleid; vinden en binden van de juiste medewerkers
- 2** Klantenwerving; nieuwe vormen van aankoopprocessen (the modern buying cycle), social selling en digital marketing zijn de ultieme uitdaging
- 3** Product- en dienstinnovatie; acteren en presteren in het tijdperk van de nieuwe digitale economie met nieuwe digitale platformen
- 4** Strategische keuzes; waar moet de MKB-ondernemer de komende jaren naartoe? Wat zijn prioriteiten? Waar liggen kansen? Vooral het niet vrijmaken van voldoende tijd voor strategische keuzes, is cruciaal
- 5** Digitale veiligheid; houdt direct verband met punt 2 en 3. Zeker met de komende nieuwe Europese Privacy Wetgeving die op 25 mei 2018 in werking treedt. Zijn 'we' er klaar voor?





1

Vinden en binden van personeel

Op het top vijf-lijstje staat met stip bovenaan de zorg rondom personeel. De economie groeit gestaag en de werkeloosheid staat zo'n beetje op het laagste peil sinds 2008. Het vinden van de medewerkster/medewerker met de juiste kennis en ervaring, is al niet eenvoudig. Wanneer een MKB-onderneming de juiste persoon in huis heeft of haalt, is de volgende uitdaging deze te behouden.

Veel MKB-organisaties werken qua IT nog met starre systemen die in de jaren negentig van de vorige eeuw 'modern' waren. Echter, veel medewerkers zijn vaak al een paar stappen verder. Tijdens hun jeugd en opleiding hebben zij 'digitaal' omarmd. De generaties Y en Z zijn getrouwd met hun smartphone en vinden online (zakelijke) contacten, oplossingen voor problemen en zelfs relaties. Hoe anders is dat binnen het bedrijf waar ze werken. Wanneer werkprocessen, IT-ondersteuning, opleiding en vooral vrijheid van werken niet aansluit bij hun levensstijl, zijn medewerkers snel weer vertrokken.

Technologie helpt. Denk bijvoorbeeld aan een moderne digitale werkplek die op elk type apparaat, altijd en overall beschikbaar is. Daarmee vinden en delen medewerkers op hun pc, laptop, smartphone en tablet altijd en snel de juiste informatie die zij voor hun werk nodig hebben. Zo'n werkplek biedt bovendien kansen voor samenwerken en communiceren, een centrale ontsluiting naar bedrijfsapplicaties, sociale informatie en moderne productiviteitsoplossingen.

Is technologie het enige antwoord? Nee. Zeker niet. Zaken als opleiding en vrijheid van werken (denk aan het nieuwe fenomeen 'digital nomads') zijn essentieel om medewerkers te binden en te behouden. Net als en een prettige werkomgeving. Die lijkt tegenwoordig het meest op een moderne huiskamer.

2

De moderne klant

Met de opkomst van internet en social media is tegelijk een nieuwe manier van 'informereren' ontstaan. De klant van tegenwoordig wacht niet meer op een mogelijke aanbieding van een potentiële leverancier. Vandaag de dag ervaart een klant een probleem, wil een oplossing en gaat zelf actief op zoek. Naar algemene informatie (zoals in dit whitepaper) of naar specifieke oplossingen. Via sociale media gaan mensen op zoek naar lotgenoten. De klant maakt feitelijk al een beslissing voor een aankoop, nog voordat een leverancier in beeld is. Uiteindelijk gaat het dan om het vinden van de juiste partij die de gewenste oplossing aanbiedt, of door kan voeren.

Voor veel MKB-ondernemers is het een hele uitdaging binnen het geweld van digitale marketing een plek te vinden. Zij hebben te maken met branchevervaging (blurring business) en klanten die geen product willen, maar een abonnement. Social selling is hot, maar hoe doe je dat? Ook de MKB-onderneming is zelf een klant en zoekt ook naar oplossingen op internet. Voor digital marketing, social selling, radar marketing, lead nurturing en andere uiterst hippe digitale marketingontwikkelingen, vinden zij daar honderden oplossingen. Wat is wijsheid?



Technologie is de start van wijsheid. Om de moderne klant te vinden en te binden, is het belangrijk online dáár te zijn waar potentiële klanten zich bevinden of naar informatie zoeken. Met de juiste informatie op de juiste plek op de juiste tijd, daar gaat het om. Cloudtechnologie helpt ondernemers dat te realiseren. Met cloud kunnen MKB-ondernemingen snel schakelen, flexibel optreden, leads volgen en inzicht verkrijgen. Daarbij komt ook nog dat cloud-IT-Infrastructuren ook websites hosten en via kunstmatige intelligente (AI), klantgedrag voorspellen. Geïntegreerde chatbots zorgen hierbij voor een betere online klantbeleving (het binden van de klant).

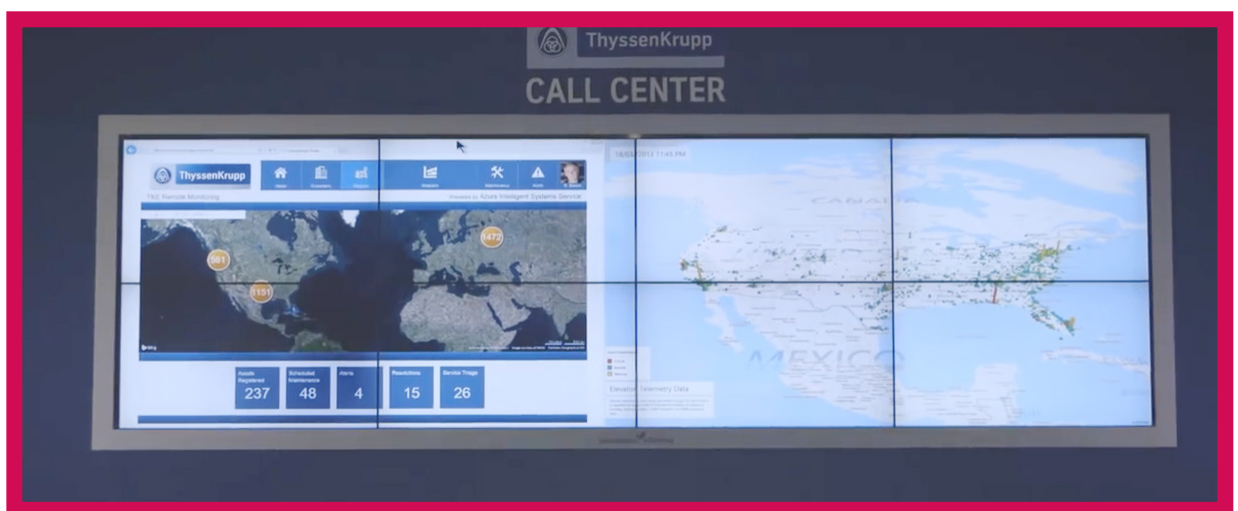
Ook bij het onderwerp 'de moderne klant' is technologie niet het allesomvattende antwoord op alle vragen. Het biedt wel de basis, een platform om moderne marketing mogelijk te maken.

3 Innovatie van product en dienst

Voorbeelden van grote (internationale) bedrijven kennen we inmiddels: Uber is geen taxidienst, Airbnb geen hotelketen en Thuisbezorgd.nl is geen restaurant. Maar stel, een MKB-onderneming produceert meubels voor de horeca, levert zakelijke schoonmaakdiensten of heeft een serie bloemenwinkels. Wat moet deze onderneming daar dan mee in deze tijd van digitale transformatie?

Hoe kan deze MKB-er van zijn product of dienst een moderne digitale variant maken die - bij voorkeur op abonnementsbasis - continue zorgt voor een groeiende, duurzame 'business' en inkomstenstroom?

Om ook in de toekomst bestaansrecht te behouden, zullen MKB-ondernemingen digitaal moeten innoveren. Dat betekent niet per definitie andere producten of diensten. Wel dat bestaande producten en diensten aangepast moeten worden. Een goed voorbeeld daarvan is liftenfabrikant ThyssenKrupp die met sensoren (Internet of Things) en Machine Learning (kunstmatige intelligentie), storingen in liften vóór kan zijn. Reparaties vinden nu plaats 'net' voordat ze nodig zijn. Groot voordeel hierbij is een veel efficiëntere inzet van mensen en middelen, wat de kosten van onderhoud en reparatie sterk verlaagt.



* *Klik op de afbeelding om naar de video van ThyssenKrup te gaan.*



Terug naar het MKB. Hoe kan technologie de MKB-onderneming ondersteunen bij de innovatie van producten en diensten? Om te starten kan cloudtechnologie helpen bij de digitalisering van klantenservice, administratieve processen, verkoop, marketing (zie vorige punt) en vele andere aspecten rondom product, dienst en klant. Gaan we weer naar ons voorbeeld van de fabrikant van horecameubelen. Niet langer produceert deze jaarlijks een dikke catalogus met het complete assortiment en jaarprijzen. Nee, via cloudtechnologie realiseert deze ondernemer een portal waar (potentiële) klanten op inloggen. Ze vinden hier een flexibel seizoensgebonden assortiment. De klant kan de producten kopen of kiezen voor een abonnement met haal- en brengservice, reparatie op locatie en periodieke vervanging.

Op basis van een weersverwachting op middellange termijn, past kunstmatige intelligentie het assortiment automatisch aan of breidt dat uit met mobiele ijsbanen, poffertjeskramen, ijscoupes en longdrinkglazen.

Klanten worden online gevolgd. Op basis van hun eerdere bestellingen helpt (wederom) kunstmatige intelligentie de volgende afname te voorspellen. De horecameubelfabrikant kan de klant dan al een aanbieding doen voordat de vraag ontstaat. Sensoren in de meubelen geven per direct en online aan waar ze staan, wie de abonnementshouder is en wat de staat van de meubelen is. Onderhoud of vervanging voordat een klant door een stoel zakt, hoe mooi is dat?

Futuristisch? Draven we te ver door? Niet voor elke branche van toepassing? Allemaal mogelijk. Het feit dat bij MKB-ondernemingen innovatie van product en dienst (digitale economie en digitale transformatie) op nummer drie in de top vijf staat, moet toch genoeg zeggen. Laat (cloud-)technologie en slimme IT-services de MKB-ondernemer helpen dit mogelijk te maken.

4

Tijd voor strategie

Het is tijd voor strategie. Echter, het ontbreekt de meeste MKB'ers aan voldoende tijd om met strategie aan de slag te gaan. Veel MKB-ondernemers - en hun management - zijn veel te veel bezig met de dagelijkse perikelen zoals planning, processen, kwaliteit, personeel, klantproblemen en meer. Daardoor ontbreekt het hen aan tijd om na te denken over de toekomst. Over de relevantie van de onderneming in 2018 en daarna. Over digitale transformatie zoals beschreven bij het derde MKB-knelpunt voor dit jaar. Maar hoe kan het anders? Hoe vindt een MKB'er die tijd wel?

Wanneer MKB-ondernemingen moderne IT-systemen binnen hun organisatie introduceren, kunnen zij en hun medewerkers efficiënter en effectiever werken. Moderne communicatie zoals zakelijke chat en videovergaderen, besparen op onnodige reistijd. Online binnen teams samenwerken aan projecten en documenten, verkort doorlooptijden aanzienlijk. Krachtige dashboards zorgen ervoor dat beslissers niet langer door de organisatie hoeven te struinen op zoek naar stuurinformatie. Deze is altijd en direct voorhanden.

Al deze moderne en cloudgebaseerde IT-oplossingen maken dat ondernemers, managers en medewerkers sneller, maar vooral ook prettiger werken. MKB-ondernemingen krijgen zo meer gedaan in minder tijd. Het is de basis voor groei en innovatie. Voor binden van medewerkers. Voor moderne klantbenadering. Maar ook de basis om meer tijd vrij te maken. Tijd voor strategie.

Wij realiseren ons dat het een 'kip en ei' verhaal is. Want het omarmen van digitale innovatie en moderne IT-systemen, is een managementbeslissing die samenhangt met strategie.

Er zal eerst op de klassieke manier tijd (is prioriteit) vrij gemaakt moeten worden om de eerste strategische stap te zetten: introductie van cloudcomputing voor de MKB-onderneming. Daarna komt – mits juist toegepast – als vanzelf meer tijd beschikbaar voor het volgende strategische doel.



5

Digitale veiligheid

We leggen steeds meer digitaal vast: klantgegevens, verkoopgegevens, marketinggegevens maar ook innovaties, patenten en gegevens uit 'research & development'. Deze informatie is voor kwaadwillende concurrenten en cybercriminelen veel geld waard. Om de continuïteit van de business te garanderen, is het belangrijk digitale veiligheid goed te organiseren.

Er is meer. Op 25 mei 2018 treedt de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking. Dit is de vernieuwde Nederlandse wetgeving rondom privacy en informatiebeveiliging. De wet is afgeleid van de eveneens nieuwe Europese GDPR (General Data Protection Regulation) en legt aan alle organisaties, dus ook aan MKB-ondernemingen, strengere regels op inzake het veilig houden van informatie.

Weten wie welke informatie raadpleegt en verspreidt, het zeker weten dat de persoon die informatie benadert, ook daadwerkelijk die persoon is en het voorkomen van ongewenste datalekken zijn standaard onderdelen. Wanneer ondernemers kijken naar digitale veiligheid, gaat het om het geheel aan mens, proces en technologie. Bij het laatste onderdeel helpen nieuwe, cloudgebaseerde veiligheidstoepassingen om te voldoen aan de nieuwe wetgeving, zonder dat dit ten koste gaat van de productiviteit van medewerkers. Sterker nog, door single-sign-on-oplossingen en hybride identiteit, kunnen medewerkers snel bij alle informatie en applicaties met slechts één gebruikersnaam, wachtwoord en (optioneel) een extra beveiliging (token).

Technologie helpt

Wanneer we kijken naar de top vijf-knelpunten voor het MKB in 2018, is er niet een eenvoudige oplossing voor alle problemen. Wel is er een nieuwe dienst – Microsoft 365 Business via Insight – die een groot deel van de onderzochte en beschreven knelpunten helpt oplossen.

Microsoft 365 Business is een samengestelde oplossing uit:

1. Windows 10, het meest veilige cloud ready-besturingssysteem voor pc, laptop en tablet
2. Office 365 met de bekende desktopapplicaties zoals Outlook, Word, Excel en Power Point, maar tegelijk handige Apps zoals Microsoft Teams, Skype for Business en Microsoft Bookings
3. Het beste van Enterprise Mobility and Security, inclusief het beveiligen van online Apps en het selectief wissen van bedrijfsdata op privé mobiele telefoons



Welke technologie helpt om de MKB knelpunten voor 2018 op te lossen?

Vinden en binden van personeel	Moderne werkplek	Microsoft 365 Business met Digital Workplace, Windows 10, SharePoint online en Skype for Business online
	veilig mobiel werken	Microsoft 365 Business met Digital Workplace, Windows 10, SharePoint online en Skype for Business online
	Social	Microsoft 365 Business met in Digital Workplace geïntegreerde Yammer en social intranet
Klantenwerving	Modern buying cycle	Microsoft 365 Business met social connector
	Digital Marketing	Azure Services met IoT Suite en Cortana Intelligence
	Lead nurturing	Azure Services met IoT Suite en Cortana Intelligence
	Samen innoveren	Microsoft 365 Business met Office 365 Teams
Product en dienstinnovatie	Innovatie	Azure Services met IoT Suite en Cortana Intelligence
Strategie	Tijd voor strategie	Strategie Microsoft 365 Business met Digital Workplace, Office 365 Teams, Skype for Business en SharePoint, Power BI
	Strategie bepaling	Cloud Decision Framework (CDF)
Digitale veiligheid	Cyber (crime) en veilig werken	Microsoft 365 Business met het beste van Enterprise Mobility + Security en Windows 10
	AVG	Microsoft 365 Business 'Secure'

Veel extra's

Met alleen technologie is een MKB-ondernemer er niet, dat snappen wij als geen ander. Speciaal voor het MKB heeft Insight daarom een aantal aantrekkelijke extra's aan Microsoft 365 Business toegevoegd.

Het abonnement is naar keuze uit te breiden met extra mogelijkheden en/of diensten voor migratie en adoptie. Op deze pagina staan alle abonnementen op een rij: <https://nl.insight.com/solve/cloud>

Insight helpt met Microsoft 365 Business de vijf grootste MKB-knelpunten voor 2018 op te lossen. MKB-ondernemers houden daardoor (weer) meer tijd over voor hun business, passie, toekomst en succes. Samen komen we verder.

Meer weten?

Neem dan contact op met de MKB-cloudspecialisten van Insight middels onderstaande gegevens.