

Persdossier



Onderzoek & rondetafel

STUDIE: 'DIGITALE ADOPTIE VAN BELGISCHE KMO'S'

**“De digitale achterstand van de
Belgische kmo's: levensbedreigend of net
een enorme opportuniteit voor de toekomst?”**

Donderdag 16 januari 2014
Ateliers des Tanneurs - Brussel

Inhoudstabel

1.	Opzet van de studie en de rondetafel	p. 3
2.	Persbericht	p. 4 - 5
3.	Infographic	p. 6 - 7
4.	Samenstelling van de rondetafel	p. 8 - 11
5.	Perscontacten	p. 12

Opzet van de studie en de rondetafel

“Digitale achterstand van de Belgische kmo’s: levensbedreigend of net een enorme opportuniteit voor de toekomst?”

De razendsnelle groei van het digitale aanbod was kenmerkend voor het jaar 2013. Experts voorspellen dat de digitale economie in de G20-landen dit jaar met 8% zal groeien.¹ Dit toont o.a. aan hoe cruciaal de rol van nieuwe technologieën kan zijn in het herstel van onze economie. België telt net geen miljoen actieve kmo’s (963.970)², en dus is de gezondheid van deze ondernemingen van levensbelang voor de Belgische economie. De integratie van nieuwe technologieën bij kmo’s bevat bijgevolg een enorm potentieel voor ons land.

Toch blijkt volgens een studie in opdracht van goudengids.be, uitgevoerd door GfK Belgium, dat kmo’s niet overtuigd zijn van de voordelen die digitale marketing hen kan bieden. De studie wijst uit dat Belgische ondernemingen weinig belang hechten aan online aanwezigheid. Bovendien meet slechts 17% van de kmo’s het resultaat wanneer ze toch in digitale marketing investeren.

Welke zijn de redenen voor die terughoudendheid en hoe kunnen we kmo’s toch warm maken voor digitale media? Hoe groot is de achterstand van Belgische kmo’s in vergelijking met andere Europese landen? Welke conclusies kunnen onze politici uit dit onderzoek trekken? Wordt het belang van digitale economie voor kmo’s een verkiezingsthema?

Op deze en vele andere vragen ging een panel van experts dieper in tijdens de rondetafel “Digitale achterstand van de Belgische kmo’s: levensbedreigend of net een enorme opportuniteit voor de toekomst?”

Bron:

¹ Volgens een studie van Boston Consulting Group

² Volgens UNIZO telt België net geen miljoen actieve kmo’s (963.970)

Persbericht



goudengids.be

Rondetafel over digitale adoptie bij Belgische kmo's, georganiseerd door goudengids.be, signaleert gevaren en groeikansen:

- **“België is een ontwikkelingsland op gebied van digitale marketing!”
Nick Decrock (STIMA)**
- **“Als kmo's digitale koudwatervrees overwinnen, worden ze motor van economisch herstel.” (kabinet Minister Laruelle)**

Een panel experts, onder wie Jo Caudron (DearMedia) en André Duval (Duval Union), boog zich tijdens een rondetafelconferentie over de resultaten van een GfK onderzoek in opdracht van goudengids.be. Uit de 2014 studie ‘Digitale adoptie van Belgische kmo's’ blijkt dat Belgische kmo's belangrijke groeikansen missen door hun vaak te gereserveerde houding tegenover digitale marketing. De rondetafel stelt: in het verkiezingsjaar 2014 moet de digitale achterstand van kmo's op de agenda, want ze hypothekeert de Belgische relance.

De cijfers uit de studie ‘Digitale adoptie van Belgische kmo's’ doen pijn aan de ogen. De interneteconomie zal in 2014 in de G20 landen naar schatting met 8% groeien.¹ Toch heeft 84% van de Belgische kmo's géén e-commerce site. Ruim 800.000 Belgische bedrijven² zullen dus niet profiteren van de groeiende interneteconomie, en er wellicht zelfs klanten aan verliezen. Verder heeft één op drie Belgen een smartphone – de markt groeit trouwens nog – en gebruikt 79% van hen zijn toestel om informatie op te zoeken over handelaars in de buurt. Toch heeft slechts 13% van de Belgische kmo's een website die is aangepast voor mobiel gebruik en heeft amper 5% een eigen mobiele applicatie. De studieresultaten zijn niet mis te verstaan: terwijl de consument voluit gaat voor digitaal, hinkt de Belgische kmo achterop.

GEVAARLIJKE TREND

Laurent Lejeune, Chief Marketing Officer van goudengids.be: “Als voorkeurspartner op het gebied van communicatie en marketing zoekt goudengids.be actief mee naar groeikansen voor kmo's en lokale ondernemingen. Om hun noden optimaal te begrijpen, organiseerden wij de studie ‘Digitale adoptie van Belgische kmo's’ met een onafhankelijk onderzoeksbureau.” Uit deze studie blijkt dat (1) Belgische kmo's, ondanks de feiten, niet overtuigd zijn dat digitale marketing tot betere zakencijfers leidt, (2) zij geen methode hebben of kennen om de opbrengst van digitale investeringen te meten en (3) ze vaak marketing-beslissingen (moeten) nemen op basis van veronderstellingen.

Bron:

¹ Volgens een studie van Boston Consulting Group

² Volgens UNIZO telt België net geen miljoen actieve kmo's (963.970)

Laurent Lejeune: “Als grootste websitebouwer van België en leider in mobiele technologieën, beseffen wij als geen ander het belang van digitalisering voor lokale ondernemers. Het aantal smartphone-gebruikers blijft groeien en 84% van hen gebruikt z’n toestel om producten of diensten te kopen of bedrijven te contacteren. Zolang onze kmo’s de digitale opportuniteiten niet omarmen, hypothekeren ze hun eigen succes en het Belgische economische herstel.”

Om de urgentie van de kwestie te onderstrepen, de situatie verder te peilen en alle betrokkenen samen te brengen om actief naar oplossingen te zoeken, organiseerde goudengids.be op 16 januari een rondetafel, waarbij een expertpanel zich boog over de onderzoeksresultaten.

EXPERTS VRAGEN POLITIEKE ACTIE

Een panel van digitale experts, marketingspecialisten en beleidsmedewerkers, onder wie André Duval (Duval Union), Saskia Schatteman (Microsoft) en Carole de Vergnies (kabinet Minister Laruelle), nam deel aan de rondetafel in het Ateliers des Tanneurs in Brussel. Jo Caudron (DearMedia): “Het verbaast mij dat voorlopig geen enkele politieke partij een verkiezingsthema maakt van de digitale achterstand bij onze kmo’s. Het groeiende economische belang van internet en mobiele toepassingen is een feit. We mogen niet toelaten dat België die boot mist.” Meer quotes van deelnemers aan de rondetafel zijn terug te vinden in de citatenlijst in dit persdossier. Minister Sabine Laruelle, bevoegd voor Middenstand, kmo’s en Zelfstandigen, liet alvast weten het thema ter harte te nemen: “Kmo’s zijn de motor van de Belgische economie en kunnen een hoofdrol spelen in de nationale economische relance. Om die rol op te nemen, moeten ze wel hun koudwatervrees overwinnen en aansluiting vinden bij de groei in de digitale economie.”

Een reportage van de rondetafel kan u vanaf maandag 20 januari bekijken op het YouTube-kanaal van goudengids.be via de link <http://www.youtube.com/user/goudengidsbe>.

Over goudengids.be⁽¹⁾

goudengids.be, het grootste digitaal bedrijf van België, helpt alle Belgische ondernemers hun zaak te laten groeien. Als veelzijdig digitaal marketingagentschap helpt goudengids.be ondernemers met een aanbod van flexibele en effectieve marketing en communicatie oplossingen, op maat van de noden van de onderneming. Aanvullende diensten (mobiel, online, print en telefonisch) zorgen er voor dat potentiële klanten snel en gemakkelijk de weg vinden naar relevante bedrijven en dienstverleners in hun buurt.

(1) goudengids.be is eigendom van Truvo Belgium. Kijk voor meer informatie op www.info.goudengids.be.

DIGITALE ACHTERSTAND BELGISCHE KMO'S: LEVENSBEDREIGEND OF ENORME OPPORTUNITEIT VOOR TOEKOMST?

Aandacht voor digitale marketing



83% kmo's
digitaal actief

MEDIA & MARKETING
BUDGET

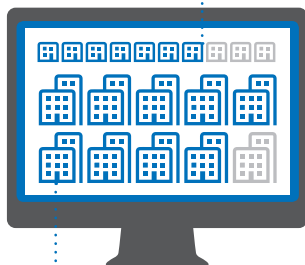


► DIGITALE MEDIA

De website, basis van digitale strategie

70%

KLEINE
BEDRIJVEN
(1-4 WERKNEMERS)



90%

MIDDELGROTE
ONDERNEMINGEN
(> 200 WERKNEMERS)

ONDERNEMINGEN
DIE EEN WEBSITE
HEBBEN

1 STARTER / **2**

1 VRIJ
BEROEP / **4**



60%
WAAELSE
ONDERNEMINGEN



80%
VLAAMSE
ONDERNEMINGEN

Media en ingezette netwerken

79%

VAN SMARTPHONE-BEZITTERS
ZOEKT LOKALE
INFORMATIE

84%

VAN SMARTPHONE-BEZITTERS NEEMT
EEN AANKOOP-
BESLISSING OF
NEEMT CONTACT OP



★★★★



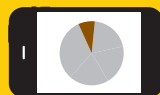
★★★★



★★★★



MAAR

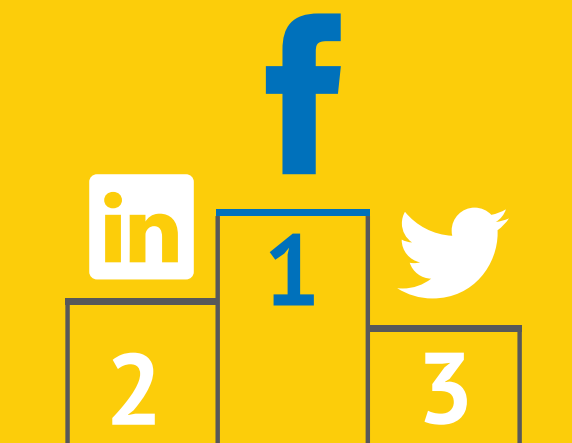


SLECHTS
13%

VAN BEDRIJVEN
HEEFT MOBIELE SITE



1 / 8
BEDRIJF
SLECHTS
IS ACTIEF IN
E-COMMERCE



Sociale media

40%

van bedrijven is aanwezig
op sociale media

40%



HEEFT EERST EEN FACEBOOKPAGINA
EN DAN PAS EEN WEBSITE

Return on investment

70%

hecht veel belang
aan de ROI van
zijn digitale investeringen

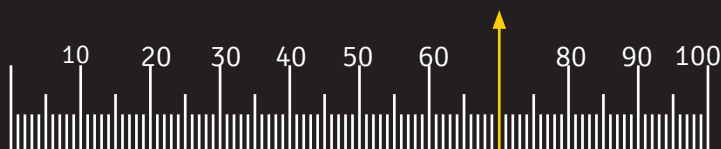
MAAR

62%

BASEERT ZIJN ROI-PERCEPTIE OP
VERONDERSTELLINGEN

SLECHTS 17%

MEET WAT ZIJN DIGITALE
INVESTERINGEN OPBRENGEN



Samenstelling van de rondetafel

Saskia Schatteman
@saskiaschat



Simon Gryspeert
@simongryspeert



André Blavier
@unpeudeblabla



André Duval
@duvandre



Jo Caudron
@jcaudron



Carole de Vergnies



Laurent Lejeune
@LaurentLej



Nick Decrock
@ndecrock



Eric Winnen
Moderator
@dialectiq



Björn Crul
Moderator
@VOKA_bcrul

“Het digitale moet de kern vormen van de strategie van bedrijven. Om hun concurrentiepositie te behouden, moeten ze zwaar investeren in ICT. Bedrijven die hulpmiddelen zoals e-business en e-marketing links laten liggen, lopen de mogelijkheden van een geglobaliseerde markt mis”

Over het Waals Agentschap voor Telecommunicatie

Het WAT is een organisatie van openbaar belang (OOB) opgericht door de Waalse regering om de ontwikkeling en de verspreiding te verzekeren van technologieën voor informatie en communicatietechnologie (ICT) en hun toepassingen in Wallonië. De website awt.be is het ICT platform van Wallonië en heeft 3 specifieke doelen: optreden als waakhond, de referentie en promotie.



André Blavier

Communication Manager
Waals Agentschap voor
Telecommunicatie

“Het verbaast mij dat voorlopig geen enkele politieke partij een verkiezingstheema maakt van de digitale achterstand bij onze kmo's. Het groeiende economische belang van internet en mobiele toepassingen is een feit. We mogen niet toelaten dat België die boot mist.”

Over DearMedia

DearMedia is een strategisch adviesbureau dat gespecialiseerd is in de begeleiding van organisaties op het vlak van integratie van nieuwe media binnen bestaande businessmodellen en bij het definiëren, uitrollen, opleiden en coachen van teams. Onze belangrijkste activiteiten situeren zich binnen het domein van sociale media, met vertakkingen naar nieuwe activiteiten zoals mobiel internet en publicatie voor tablets. Daarnaast helpen wij onze klanten ook bij het ontwikkelen van brede digitale strategieën.

DearMedia is nu al meer dan 4 jaar actief met een vast team van 5 personen en met klanten als Fedict, Argenta, Janssen Pharmaceutica, Belfius, d'Ieteren (Audi, Volkswagen), Colruyt Group, Petercam, het Rode Kruis,...



Jo Caudron

Founding Partner DearMedia
Voorzitter IAB Belgium

“Laten we gerust stellen dat België een ontwikkelingsland is op gebied van digitale marketing. Op digitaal vlak doen we in België aan 'Tapas Marketing', een beetje van alles proberen wat lekker lijkt.”

Over STIMA

STIMA is met meer dan 1200 leden uitgegroeid tot de belangrijkste ontmoetingsplaats voor marketing-minded professionals. De activiteiten van de organisatie bieden een unieke gelegenheid om vakkennis actueel te houden en om netwerk uit te bouwen via boeiende contacten. STIMA EDUCATION, het opleidingsinstituut van STIMA, biedt een brede waaier van opleidingen om elke manager in het verloop van zijn carrière te kunnen ondersteunen. Kortom, STIMA wil een think tank zijn voor marketingstrategieën, een blijvende stimulans, die het marketing professionalisme in ons land een voortdurende impuls geeft.



Nick Decrock

Voorzitter Digital expert
groep bij STIMA



André Duval

Chief Executive Officer
Duval Union

“Ik zie wel waar de digitale argwaan bij kleine familiebedrijven vandaan komt. Ze kennen hun weg niet in de nieuwe technologieën, ze zijn het niet gewend om dingen uit handen te geven. Ze hebben die nuchtere, Vlaamse mentaliteit: ‘Wat we zelf doen, doen we beter.’ Vroeger was dat misschien een solide slogan, maar vandaag betekent het economische zelfmoord. Ik denk dat onze politici hier echt een belangrijke taak hebben. Ze moeten Belgische kmo’s overtuigen van het belang van digitalisering. En dat niet alleen - ze moeten hen ook met concrete steunmaatregelen op weg helpen.”

André Duval, één van de bekendste marketeers van België, gelooft dat adverteerders en consumenten in de toekomst vooral rechtstreeks met elkaar zullen communiceren. Daarom richtte hij recent het durfkapitaalfonds Duval Union op, dat jonge bedrijven steunt die toepassingen uitvinden voor deze nieuwe vorm van reclame. Duval verliet in 2011 het bureau DuvalGuillaume, dat hij samen met Guillaume Van Der Stighelen had opgericht en dat in 2006 aan het Franse Publicis werd verkocht.



“Kleine en middelgrote ondernemingen zijn de motoren van de Belgische economie, en spelen een hoofdrol in de heropleving. Een betere kennis van digitale technologieën bij kleine en middelgrote ondernemingen kan bijdragen tot een betere online terugvindbaarheid en positieve invloed hebben op het economisch herstel.”

Sinds 2003 staan dankzij Sabine Laruelle de zelfstandigen en kmo’s centraal binnen de politieke besluitvorming en krijgen zij het respect dat zij verdienen. In 10 jaar is het sociaal statuut er flink op vooruit gegaan: stijging van de pensioenen (gelijkschakeling van het minimaal gezinspensioen aan dat van werknemers), uitbreiding van de faillissementsverzekering, een stijging van de invaliditeitsuitkeringen, integratie van de kleine risico’s in de verzekering voor zelfstandigen, creatie van een statuut voor de meewerkende echtgeno(o)t(e), hervorming in de berekeningswijze én betaling van de sociale bijdragen...

Ze heeft de drempel naar het beroep verlaagd en de toegang tot financiering verruimd, de Kredietbemiddelaar ondersteund en de relatie tussen de banken en de kmo’s opnieuw in evenwicht gebracht. Kortom, ze heeft steeds aan de zijde gestaan van de personen die lef hebben, die risico’s durven nemen en die zowel de longen als het hart van onze economie inkorporeren.



“Als voorkeurspartner op het gebied van communicatie en marketing zoekt goudengids.be actief mee naar groeikansen voor kmo’s en lokale ondernemingen. Om hun noden optimaal te begrijpen, organiseerden wij de studie ‘Digitale adoptie van Belgische kmo’s’ met een onafhankelijk onderzoeksbureau.”

“Zolang onze kmo’s de digitale opportuniteiten niet omarmen, hypotheekeren ze hun eigen succes en het Belgische economische herstel.”

Over goudengids.be

goudengids.be, het grootste digitaal bedrijf van België, helpt alle Belgische bedrijven hun zaak te laten groeien. Als veelzijdig digitaal marketingagentschap helpt goudengids.be ondernemers met een aanbod van flexibele en effectieve marketing en communicatie oplossingen, op maat van de noden van de onderneming. Aanvullende diensten (mobiel, online, print en telefonisch) zorgen er voor dat potentiële klanten snel en gemakkelijk de weg vinden naar relevante bedrijven en dienstverleners in hun buurt.



Sabine Laruelle

Minister van Middenstand,
Kmo’s & Zelfstandigen

Vertegenwoordigd door
Carole de Vergnies,
Adviseur Middenstand
& KMO’s



Laurent Lejeune

Chief Marketing Officer
goudengids.be



“Een succesvolle marketingstrategie zonder digitale component is anno 2014 ondenkbaar. Dat geldt voor multinationals, maar net zo goed voor Belgische kmo’s. Kleine ondernemingen onderschatten soms dat de digitale wereld aan een snel tempo terrein wint, of vinden soms niet de weg naar bedrijven die hun hierbij kunnen helpen. In België zijn er tal van mogelijkheden om businesses digitaal uit te breiden. Er bestaan tools en technologie partners die helpen om klein te beginnen en gaandeweg te groeien mee met de markt.”

Over Microsoft

Microsoft is multinational in ‘devices & services’ voor privé- en zakelijk gebruik. Het bedrijf levert een breed gamma producten en diensten, waaronder het Windows operating system voor PC’s, tablets en smartphones, Office software, cloud en CRM oplossingen, Surface tablets, Xbox games & consoles, Internet Explorer webbrowsing en Skype.



Saskia Schatteman

Chief Marketing Officer
Lead bij Microsoft
België-Luxemburg



VERSTERKT ONDERNEMERS

“Kmo’s moeten een bewuste keuze kunnen maken voor een e-commerce site of digitale marketing op basis van goede informatie. Het online gebeuren kan voor velen een enorme meerwaarde bieden. Vanuit UNIZO begeleiden we ondernemers hierin. Ze krijgen advies rond het opzetten van een e-commerce site en tal van tips en tricks om zich online beter te profileren.”

Over UNIZO

UNIZO, de Unie van Zelfstandige Ondernemers, verenigt ongeveer 85.000 ondernemers, zelfstandigen, Kmo’s en vrije beroepen in Vlaanderen en Brussel. Daarmee is het de grootste ondernemersorganisatie. UNIZO behartigt de ondernemersbelangen bij de overheid, in de media, bij de publieke opinie en bij de andere sociale partners. UNIZO geeft aan de leden advies, informatie en organiseert opleidingen en netwerking.



Karel Van Eetvelt

Gedelegeerd bestuurder
UNIZO

Vertegenwoordigd door
Simon Gryspeert

Perscontacten



Ketchum

Sven Haenen

Tel. : 02 550 00 76 – 0485 20 92 74

E-mail: sven.haenen@ketchum.com

goudengids.be

Christophe Batens

Tel. : 0486 25 92 87

E-mail: christophe.batens@goudengids.be