

## **Kleine organisaties sneller digitaal volwassen dan grote**

*Grotere organisaties zijn later digitaal volwassen, maar hebben meer oog voor financiële voordelen*

**Vilvoorde, 27 november 2014** – Kleine organisaties in Europa zijn naar verwachting eerder [digitaal volwassen](#) dan grotere organisaties. Dit blijkt uit recent onderzoek dat door Coleman Parkes in opdracht van [Ricoh Europe](#)<sup>1</sup> werd uitgevoerd.

Organisaties die [digitaal volwassen](#) zijn, zetten geavanceerde tools in om de organisatie aan te sturen, omarmen technologie en gebruiken technologie voor het (digitaal) inrichten van hun werkprocessen. Kleine organisaties beschouwen digitale volwassenheid als de ultieme kans om zich te onderscheiden in de markt ten opzichte van grotere concurrenten. Een ruime meerderheid van de kleine organisaties tot 100 medewerkers (79%) zegt dan ook te profiteren van een implementatievoordeel, omdat ze hun processen vele malen sneller kunnen optimaliseren dan grotere organisaties. Daarnaast is 64% van mening dat ze nieuwe technologie sneller begrijpen, inzetten en ervan profiteren.

Dankzij aanpassingsvermogen en alertheid lijken kleine organisaties zich in een ideale positie te bevinden om snel digitaal volwassen te worden. Toch blijkt uit het onderzoek dat zij zich minder bewust zijn van alle voordelen. Hoewel 39% van de kleine organisaties ervan overtuigd is dat binnen twee jaar [digitale transformatie](#) wordt omgezet in digitale volwassenheid, denkt 27% dat dit ze niet zal helpen om de winst te verhogen. Daarnaast verwacht 23% van de kleine organisaties dat digitale volwassenheid geen enkele invloed op de winstgevendheid zal hebben, vergeleken met 11% van de grote organisaties.

Het onderzoek toont aan dat grote organisaties een positievere kijk hebben op de voordelen van digitale volwassenheid. De meest genoemde voordelen zijn:

- Eenvoudigere toegang tot informatie (93%)
- Verbeterde bedrijfsprocessen (90%)
- Toegenomen concurrentiekracht (86%).

Ondanks het feit dat kleinere organisaties de impact van digitale volwassenheid op de concurrentiekracht en de winst minder positief inschatten, zagen ook zij voordelen:

- Eenvoudigere toegang tot informatie (79%)
- Verbeterde bedrijfsprocessen (79%)
- Efficiënter werken (74%).

Eric Gryson, CEO van Ricoh Belgium en Luxemburg: *“Hoewel in het verleden met name kleinere organisaties digitale technologie inzetten om klantenbinding en sales te verbeteren, zien we dat de grotere organisaties daar nu terrein winnen. Grotere organisaties beschikken namelijk over*

---

<sup>1</sup> Digitale volwassenheid, onderzoek uitgevoerd door Coleman Parkes Research, juli 2014

*de middelen om de innovaties van kleinere organisaties over te nemen en te verbeteren. Dankzij hun schaalgrootte kunnen ze activiteiten, klantenservice en daarmee hun winst eenvoudiger optimaliseren."*

Het onderzoek toont aan dat strategie en focus waarschijnlijk het verschil veroorzaken in de houding van kleine en grote organisaties ten opzichte van de financiële voordelen van digitale volwassenheid. Bij 66% van de ondervraagden bij grotere organisaties is sprake van een senior medewerker die zich volledig kan focussen op dit onderwerp, tegen 53% bij kleinere organisaties. 81% heeft daarbij een helder beeld van hoe dit doel kan worden bereikt, bij kleinere organisaties is dit 71%.

Ondanks de verschillen, zijn zowel kleine als grote organisaties van mening dat ze bij het realiseren van digitale volwassenheid ondersteuning nodig hebben. Ruim de helft van alle kleine (53%) en grote (59%) organisaties schakelt externe leveranciers in. Men verwacht dat dit aantal nog verder zal toenemen.

*Eric Gryson legt uit: "Om de toegenomen concurrentie het hoofd te kunnen bieden en om het enthousiasme voor digitale initiatieven binnen de organisatie te bevorderen, hebben kleinere organisaties senior leiderschap nodig. Externe partnerships, het opleiden van medewerkers en het werven van nieuw personeel spelen ook een belangrijke rol in deze mix. Zodra een kleine organisatie een digitale strategie voor alle bedrijfsprocessen, inclusief de back-end operations en klantenservice aan de voorkant, heeft opgesteld, zullen ze ook een positievere kijk krijgen op hoe dit de groei van de organisatie kan stimuleren."*

Ga voor meer informatie over organisaties op weg naar digitale volwassenheid naar [www.ricoh.be/thoughtleadership](http://www.ricoh.be/thoughtleadership).

---

## | Over Ricoh |

Ricoh is een wereldwijd opererend technologiebedrijf, gespecialiseerd in breed inzetbare oplossingen voor kantooromgevingen, zoals documentmanagement systemen, production printing en IT-diensten. Het hoofdkantoor van de Ricoh Group is gevestigd in Tokio en is actief in meer dan 200 landen en regio's. In het financiële jaar dat afliep op 31 maart 2014 realiseerde de Ricoh Group wereldwijd een verkoopomzet van 2.195 miljard yen (ongeveer 21.3 miljard USD).

De omzet van het bedrijf is in hoofdzaak afkomstig van producten, oplossingen en diensten die de interactie tussen mensen en informatie verbeteren. Ricoh produceert verder ook bekroonde digitale camera's en gespecialiseerde industriële producten. Het staat bekend voor de kwaliteit van zijn technologie, het uitzonderlijke niveau van zijn klantenservice en zijn initiatieven voor duurzaam ondernemen.

Onder de vlag van de nieuwe baseline, *imagine. change.* helpt Ricoh bedrijven de manier waarop ze werken te veranderen en de collectieve verbeelding van de medewerkers te benutten.

Voor meer informatie, ga naar [www.ricoh.be/pers](http://www.ricoh.be/pers)

---

### **Voor meer informatie, contacteer**

Blue Chilli

Sophie Lambert

Tel.: +32 (0) 477 91 45 72

E-mail: [sophie@bluechilli.be](mailto:sophie@bluechilli.be)

Bezoek onze website: <http://www.ricoh.be>

Vind ons op Facebook: <https://www.facebook.com/RicohBelgium>

Volg ons op Twitter: [www.twitter.com/RicohBelgium](http://www.twitter.com/RicohBelgium)