

Financiële dienstverleners zien groot voordeel in digitale volwassenheid, kleine bedrijven hebben meeste vertrouwen

Vilvoorde, 10 december 2014 – Financiële dienstverleners¹ erkennen meer dan organisaties in andere sectoren het belang van [digitale volwassenheid](#) in relatie tot het financiële succes van hun bedrijf.

Dit inzicht komt voort uit onderzoek dat is uitgevoerd door Coleman Parkes, in opdracht van [Ricoh](#). Het onderzoek belicht hoe kleine en grote bedrijven werken aan de realisatie van een volledig gedigitaliseerde manier van werken in de toekomst. De financiële dienstverlening ziet het bereiken van [digitale volwassenheid duidelijk als moneymaker](#), waarbij 73% denkt dat digitalisering een positief effect heeft op de organische bedrijfsgroei. Daarnaast zegt 69% dat dit de organisatie aantrekkelijker maakt voor investeerders of potentiële kopers, wat suggereert dat digitale volwassenheid een doorslaggevende factor kan zijn in overnames en fusies.

Kleinere bedrijven in de financiële dienstverlening kennen de grootste waarde toe aan digitalisering. Het onderzoek laat zien dat zij de voordelen van het bereiken van digitale volwassenheid begrijpen:

- 79% zegt dat hun vermogen om processen snel te optimaliseren hen een duidelijk voordeel geeft bij digitalisering
- 70% gelooft dat zij beter in staat zijn om nieuwe technologieën te begrijpen, implementeren en ervan te profiteren dan grotere concurrenten
- 63% verwacht sneller digitaal volwassen te zijn dan grote bedrijven

De kleine financiële dienstverleners hebben dit vertrouwen waarschijnlijk te danken aan hun wendbaarheid en vermogen om nieuwe werkmethoden sneller toe te passen dan grotere organisaties. De meerderheid (67%) zegt echter dat ze externe hulp nodig hebben om volledige digitale volwassenheid te bereiken.

Met uitzondering van organisaties in retail, moest de financiële dienstverlening het snelst overstappen op digitaal werken om aan de vraag van klanten naar snelle toegang tot transacties via het internet en hun mobiel te kunnen voldoen. De noodzaak om digitaal volwassen te worden is nog urgenter geworden voor de sector nu de [digitaal onderlegde generatie Y](#) (personen geboren tussen 1980 en 2000) de komende twintig jaar de belangrijkste afnemers van financiële diensten worden.

Wijzigingen in wet- en regelgeving en nieuwe aanbieders in de wereld van financiële dienstverlening zorgen voor druk op de traditionele financiële organisaties om de manier waarop ze zaken doen te veranderen. De meerderheid van de financiële dienstverleners is de afgelopen tijd dan ook versneld gestart met het digitaliseren van informatiestromen en andere aspecten van hun bedrijf, zoals hun klantenservice. Toch geloven nog steeds te veel bedrijven dat er nog voldoende tijd is om hun digitale achterstand in te halen. Dat zou nog wel eens kunnen tegenvallen. De grote vraag is: zullen bedrijven die digitaal niet volledig omarmen het overleven?

Ga voor meer inzichten over de invloed van technologische veranderingen naar 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

Voor meer informatie, contacteer

Blue Chilli

Sophie Lambert

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

E-mail: 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
