



Onderzoek: digitalisering Bouwhandels België

September 2020

Kernresultaten & algemene conclusie

Auteur: Cédric Collet (Natch)

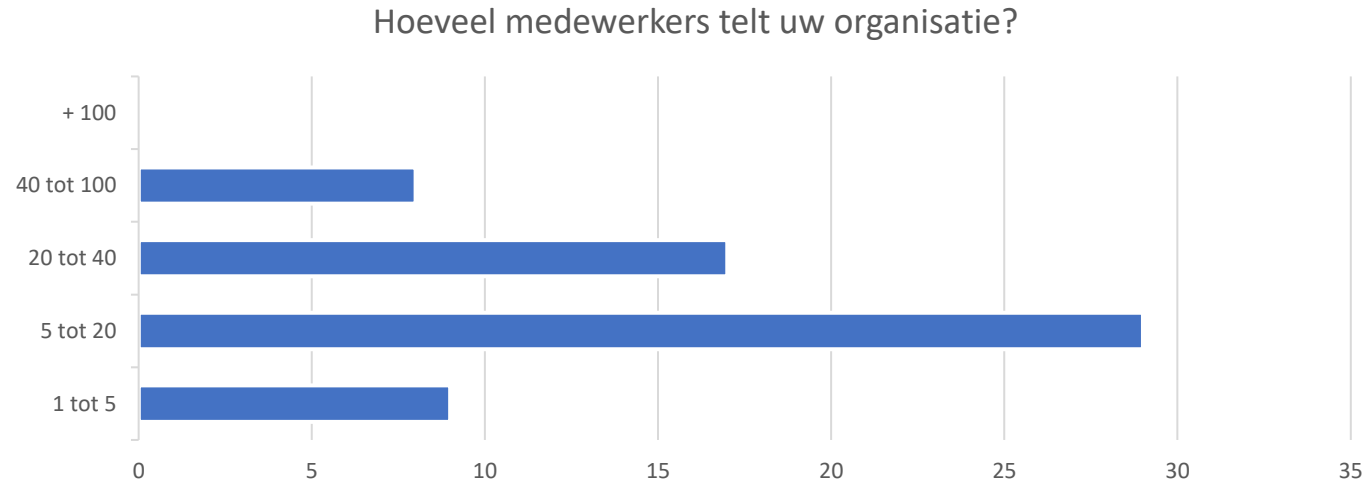
Doelstelling

- In kaart brengen van digitale maturiteit
- Peiling naar e-commerce status in het verhandelen van bouwmaterialen
- Verwachtingen ten aanzien van digitaal samenwerken met fabrikanten

Methodologie

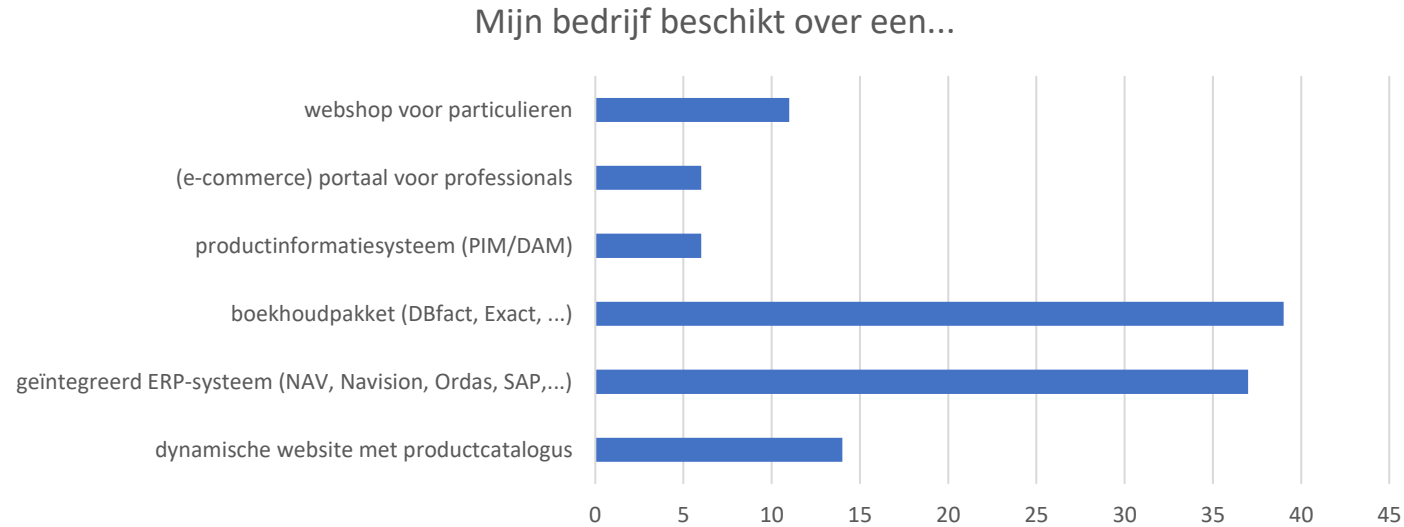
- Kwantitatief onderzoek, doelgroep leden FEMA
- Digitale survey (NL-FR) bestaande uit 12 vragen.
- Mix van gesloten vragen (context) en open vragen (uitdiepen)
- Representatieve pool van bouwmaterialenhandels (leden FEMA)
 - Invitatie per e-mail inclusief reminder.
 - NL versie: respondentiegraad van 31%
 - FR versie: respondentiegraad van 16%
- Presentatie en conclusie is gebaseerd op geconsolideerde data

1.a Context Respondenten: organisatie/FTE



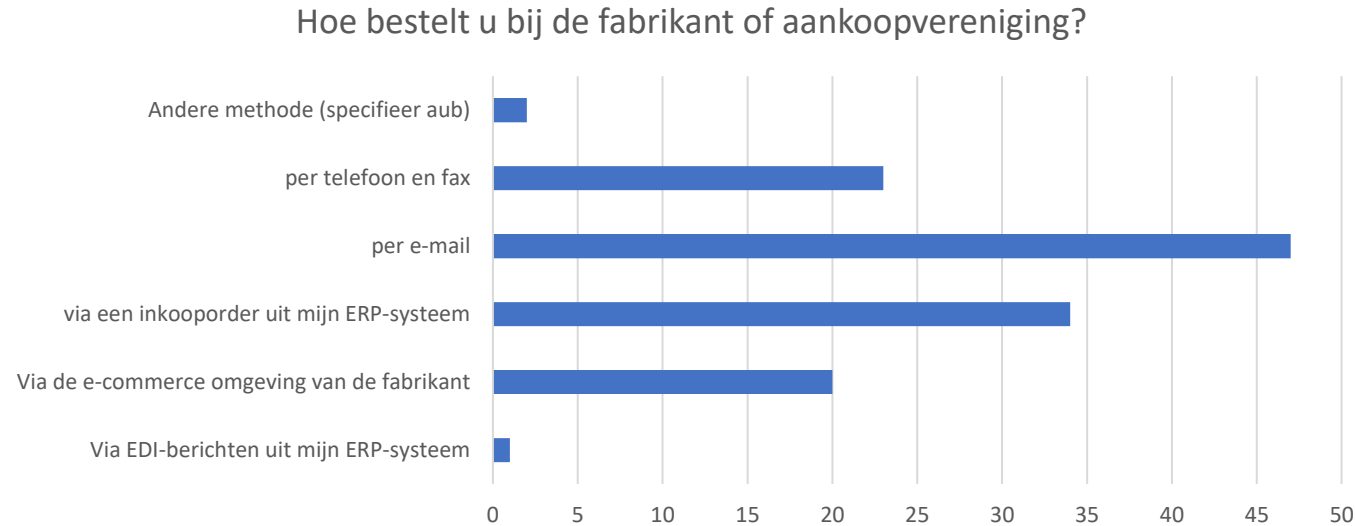
- 88% van de respondenten heeft minder dan 40 mensen in dienst.
 - 15% heeft 1 tot 5 mensen in dienst
 - 12% heeft tussen 40 en 100 mensen in dienst
 - 45% heeft tussen de 5 en 20 mensen in dienst
- Geen enkele respondent heeft meer dan 100 mensen in dienst

1.b Context Respondenten: tooling



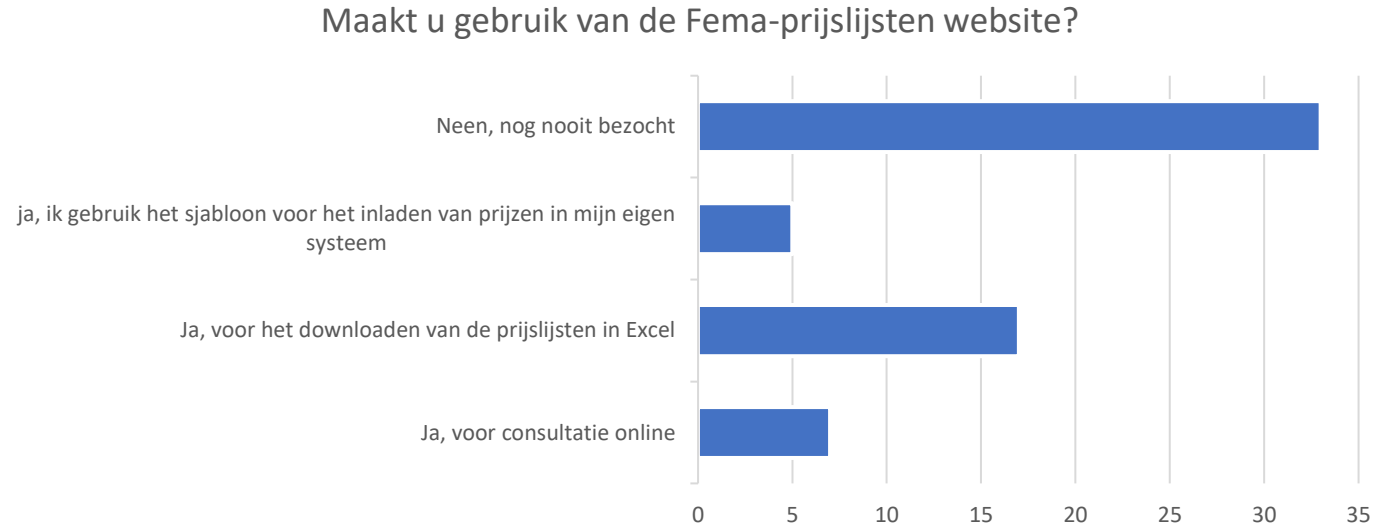
- 66% beschikt over boekhoudpakket, **62% beschikt over geïntegreerde ERP**
- PIM/DAM software vinden we terug bij 10% van de bouwhandels
- **E-commerce strategie naar de consument bij 25%**
- E-commerce strategie naar de B2B/professionele markt bij slechts 11%
- Het zwaartepunt van e-commerce en ERP initiatieven ligt grotendeels in Vlaanderen.

2. Hoe bestellen handelaren bij de producent?



- E-mail (ongestructureerde orders) spant de kroon: 75%
- Belang van inkooporders uit eigen ERP-systeem: 55%
- E-commerce portal van de fabrikant: 32%
- EDI verwaarloosbaar (1 actieve gebruiker, 1 is bezig met opzet)
- Telefoon/Fax: 37%.
- Aandeel telefoon, e-mail en fax iets hoger in Wallonië.

3. Bekendheid & gebruik FEMA prijslijsten website



- Bekendheid: 25% in Wallonië / 50% in Vlaanderen
- 30% van de respondenten gebruikt het voor download in xls.
- 8% leest de data in in het eigen systeem.

Belangrijkste wensen: meer fabrikanten toevoegen, uniformiseren/standaardiseren.

-> Meer data over en rond het product is een bijkomende troef.

4. Intentie tot verkoop via e-commerce door handel

Indien u als handelaar nog niet over een eigen webshop of online verkoopsplatform beschikt, plant u dit te doen in de toekomst?

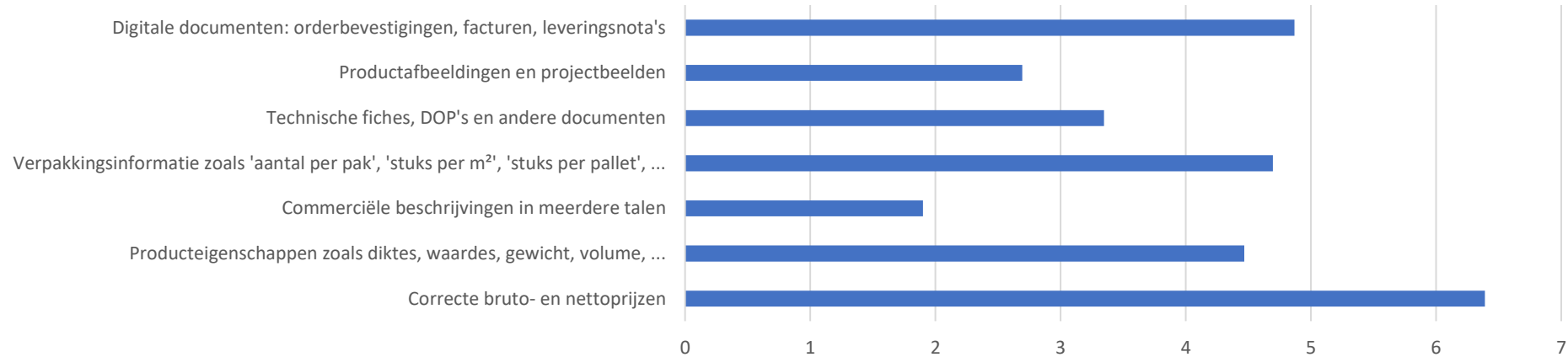


- 21% gelooft niet in online verkoop voor hun organisatie (rendabiliteit)
- 5% stapt niet in omwille van gebrek aan kennis, knowhow en productdata
- 23% plant in te stappen met een e-commerce oplossing in eigen beheer
- 23% plant in te stappen in een bestaande, gedeelde oplossing (bv. IB)
 - Waalse handelaren geloven beduidend sterker in eigen e-commerce i.p.v. shared oplossing
 - Vlaamse handelaren prefereren duidelijk een gedeelde oplossing boven een eigen oplossing.

5. Welke data-componenten bieden het meeste waarde?

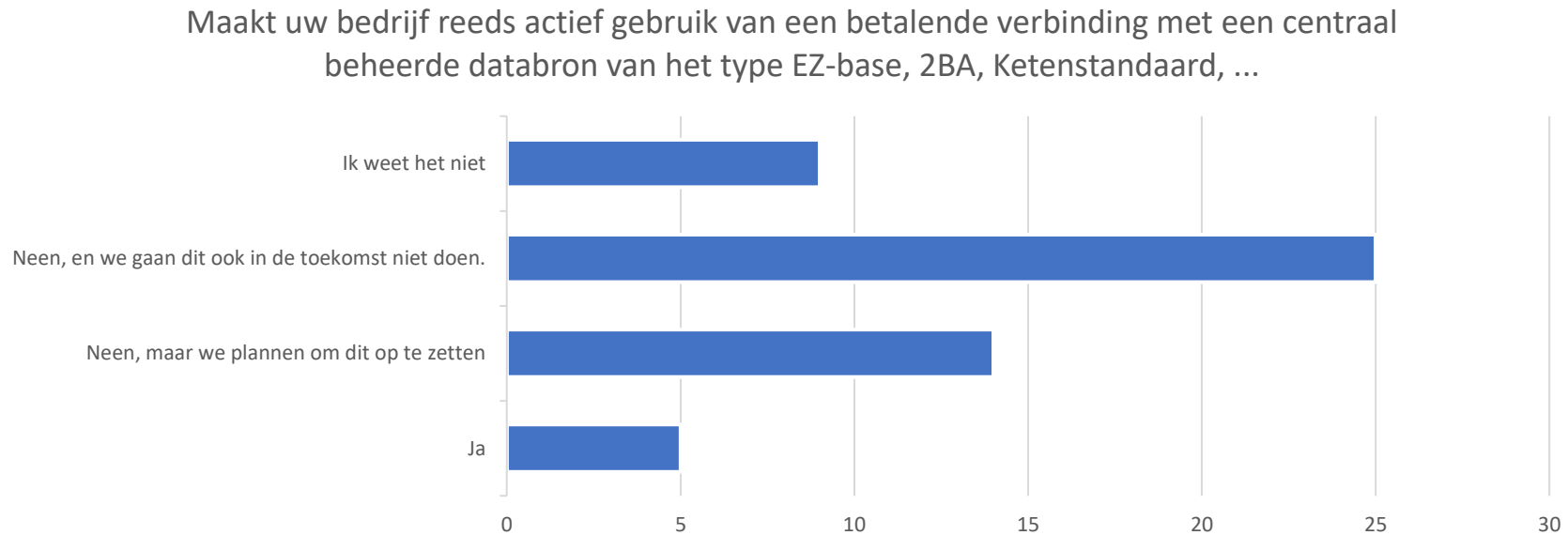
(Geconsolideerde data met weging)

Hoe zou u onderstaande data-elementen rangschikken in volgorde van belangrijkheid voor uzelf:



- Correcte bruto- en nettoprijsinformatie staat hoog bovenaan in verwachting
- Verpakkingsinfo en inhoud in combinatie met document en status volgen op 2
- Allround product/technische data volgt dichtbij op 3
- Er is beduidend minder nood aan vertalingen van commerciële productdata

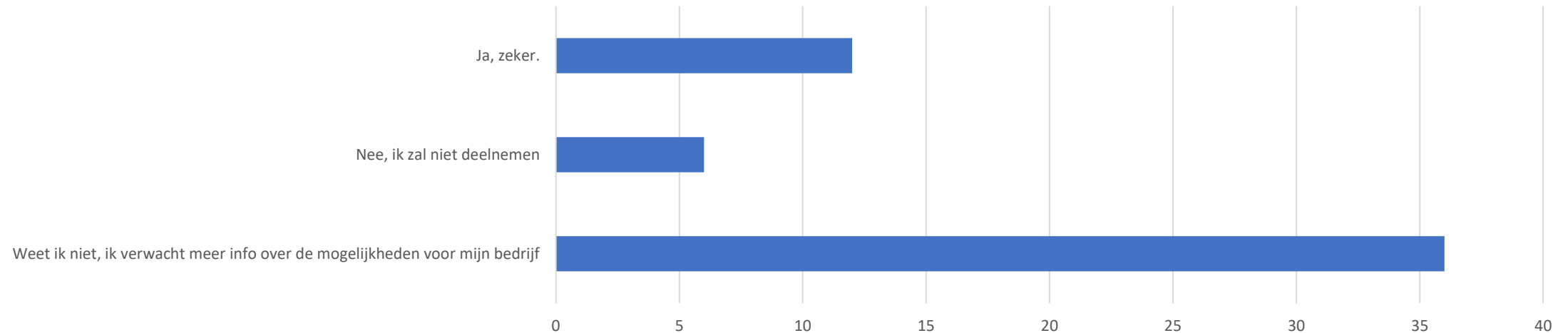
6. Maakt de handel gebruik van commerciële data-services? (type EZ-base, 2BA, etc.)



- 47% zal niet instappen in de toekomst
- 10% maakt reeds gebruik van een betalende data-service
- 26% maakt plannen om in te stappen in een commerciële data-intermediar
- 17% heeft geen idee of heeft geen notie van commerciële dataservices.

7. Visie/interesse peiling: adoptiegraad neutraal data-platform via FEMA/FEPROMA

Visie: stel dat de bouwmaterialen sector (Fabrikanten en Handelaren gegroepeerd) tot een gemeenschappelijk en gestandaardiseerd platform komt, met data-services in 2 richtingen. Zou u instappen?



- 66% verwacht meer info en duiding om te besluiten.
 - 22% zou direct instappen
 - 11% ziet geen toegevoegde waarde
- > 8 Fema-leden geven aan om actief deel te nemen aan de werkgroep.

Conclusie

1. Handelaren verwachten in hoofdzaak correcte prijsdata van de fabrikant. Aanvulling met verrijking is een plus.

Standaardisering, volledigheid en connectiviteit zijn de belangrijkste verbeterpunten.

2. Teneinde de shift naar e-commerce te versnellen is verrijkte data en support van de fabrikant cruciaal

3. Er is voornamelijk potentieel voor ordering bij de fabrikant via online portals.

Indien dit digitaal/geautomatiseerd gelinkt kan worden aan een inkooporder uit het ERP wordt de meeste waarde gecreëerd.

E-mail converteren naar gestructureerde orders zal tijd en foutenlast minimaliseren.

4. Downloaden en consulteren van up-to-date technische fiches, instructiesheets, etc wordt belangrijk geacht vanuit de handelsbedrijven. Het segment van handelaren kijkt verdeeld naar commerciële data-initiatieven en geeft een neutraal platform kans tot slagen, al zijn er nog veel vragen bij de respondenten over de waarde die ze hieruit kunnen halen.

5. EDI-berichtuitwisseling is binnen de pool van Fema-leden geen directe toegevoegde waarde.

Toegang en notificaties tot het volledige digitaal dossier (offerte > factuur) inclusief status en download (pdf) is dat wel.