

Onze economie verandert voortdurend. Om adequaat en effectief op deze veranderingen te reageren op een manier die gunstig is voor u en uw bedrijf, is het belangrijk de onderliggende oorzaken te begrijpen: economische, demografische en technische ontwikkelingen. In dit tweede artikel in de serie gaan we dieper in op de economische trends die van invloed zijn op de toekomst van uw bedrijf.

Economische ontwikkelingen

De groeiende internationale handel en technologische vooruitgang heeft globalisering in gang gezet. Zowel kleine als grote bedrijven kunnen nu consumenten van over de hele wereld bereiken, waardoor landgrenzen vervagen.

Het verdwijnen van barrières tussen landen bevordert het uitwisselen van goederen, arbeid en kapitaal tussen verschillende landen. Hierdoor hebben consumenten steeds meer keuze waarbij hun keuze vaak naar de laagste prijs gaat. Dit maakt dat de concurrentie tussen bedrijven sterk toeneemt. Als gevolg daarvan moeten bedrijven niet alleen op nationaal, maar ook op internationaal niveau concurreren.

Degenen die op wereldwijde schaal een goede positie willen innemen en behouden, moeten beginnen nadenken over nieuwe verdienmodellen die toegevoegde waarde creëren voor hun klanten.[1]

Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Hoe kan u als bedrijf waarde creëren voor uw klanten? En hoe kunt u uw bedrijfsmodel opnieuw vormgeven op een manier die gunstig is voor uw bedrijf?

Het leven van uw klanten gemakkelijker maken

De wereldwijde concurrentie betekent dat consumenten een groter aanbod aan bedrijven hebben waaruit ze kunnen kiezen. Daarom is het belangrijk dat u zich van uw concurrenten kunt onderscheiden. Dit doet u door meerwaarde aan uw klanten te bieden.

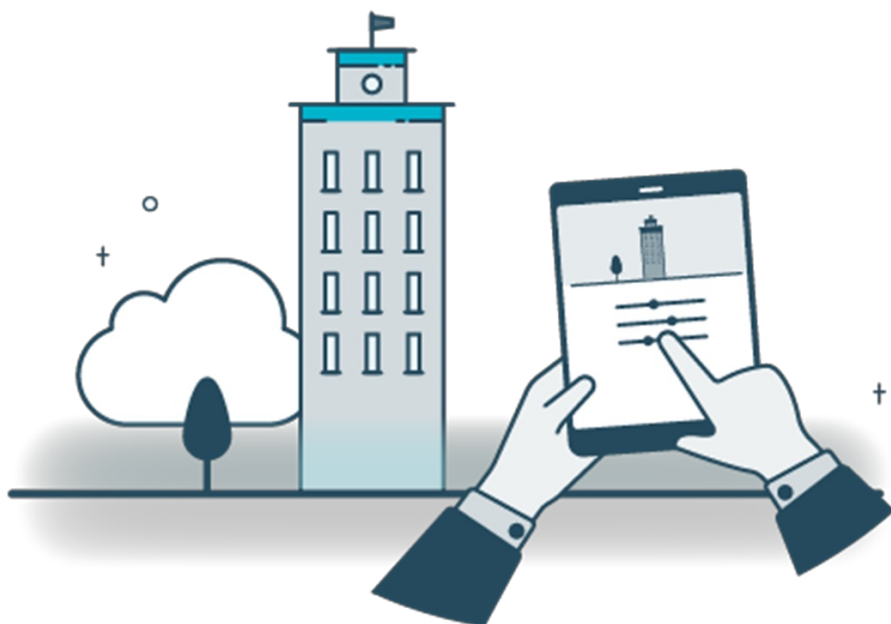
Het toevoegen van waarde begint bij het vermogen om uw bedrijf door de ogen van de consument te zien. Stel uzelf de volgende vragen: wat voegt mijn product of dienst toe dat de producten of diensten van mijn concurrenten niet toe kunnen voegen? Hoe sluiten uw producten of diensten aan op de behoeften van uw klanten? Is uw product zo gebruiksvriendelijk dat het leven van uw klanten er makkelijker op wordt? Of is de dienst die u aanbiedt veiliger ten opzichte van die van uw concurrenten?

De veranderende economie speelt een grote rol bij het koopgedrag van de consument. Waar vroeger

de focus lag op materiële goederen, hebben consumenten vandaag de dag steeds minder het gevoel goederen te moeten bezitten.

Hier kunt u zich onderscheiden door uw klanten te laten zien dat u klaarstaat om hen te helpen in plaats van uw product rechtstreeks te verkopen. Denk bijvoorbeeld aan het vereenvoudigen van vervelende onderhoudstaken. Door deze processen te digitaliseren of te automatiseren, kunt u deze sneller en efficiënter laten verlopen.

Laten we dit even verder toelichten aan de hand van een voorbeeld: handmatig papierwerk invullen is een zeer tijdrovende klus. In plaats van bedrijfs- en onderhoudsarchieven in fysieke mappen op te slaan, zou u deze digitaal beschikbaar kunnen maken en zo onderhoudsprocessen gaan automatiseren. Vandaag de dag zijn er reeds oplossingen beschikbaar waarmee deze processen volledig kunnen worden geautomatiseerd, zodat u uzelf en uw medewerkers kunt ontzorgen.



Altijd, overal, elk apparaat

Uw onderhoudsprocessen digitaliseren is ook een slim idee als u bedenkt dat de internationale markt nooit slaapt. Dit is een symptoom van onze veranderende economie. Organisaties en hun producten of diensten moeten altijd, overal en op elk apparaat beschikbaar zijn, want in het moderne tijdperk is iedereen altijd online. Dankzij de opkomst van clouddiensten kunt u eenvoudig inspelen op dit veranderend consumentengedrag.

Door onderhoudsprocessen digitaal uit te voeren en bijvoorbeeld een systeem te gebruiken dat al alle gedetailleerde realtime informatie over de activa van het gebouw bevat, wordt het beheren van een gebouw een stuk minder tijdrovend.[2] Zo kunt u sneller en efficiënter werken en uw productiviteit met tot wel 40% verhogen.

Een nieuw bedrijfsmodel

Economische veranderingen, hoe groot of klein dan ook, zorgen er in de loop van de tijd voor dat alles aan het bedrijfsmodel verandert. Dat wil zeggen: waarin uw bedrijf investeert, hoe winst wordt gemaakt en hoe kapitaal wordt ingezet.[3]

De meest voor de hand liggende veranderingen hebben betrekking op de manier waarop bedrijven aan hun klanten verkopen en de manier waarop consumenten kopen, zowel bij de verkoop aan bedrijven als aan particulieren. Dit komt gedeeltelijk door de toenemende digitalisering, omdat bedrijven nieuwe economische activiteiten uitvoeren op virtuele markten. Een recent opgekomen bedrijfsmodel is het abonnementsmodel.

Laten we even dieper ingaan op dit nieuwe bedrijfsmodel. De afgelopen vijf jaar is de

abonnementenmarkt met meer dan 100% gegroeid. De grootste organisaties hebben meer dan 2,35 miljard euro in 2016 verdiend, terwijl de omzet in 2011 slechts 51,6 miljoen was.[4] Wereldwijd investeerde bedrijven reeds meer dan 93 miljard euro in deze abonnementseconomie. Naar schatting bieden zo'n 28.000 bedrijven abonnementsdiensten aan op zowel de B2B- als de B2C-markt. En dit aandeel zal de komende jaren alleen maar groeien. Omdat ook wij deze trend erkennen, is een deel van het Priva portfolio sinds kort beschikbaar op basis van een [abonnement](#).

De verschuiving naar het abonnementenmodel kent verschillende redenen: enerzijds de druk om cloudopties te integreren en veranderend klantgedrag. Anderzijds ook de grote voordelen die dit model biedt - voor zowel bedrijven als voor consumenten.

Een aantal van de voordelen zijn verbeterde klantenservice en een veiligere omgeving voor uw gegevens - de nieuwste en beste tools voor cyberbeveiliging bevinden zich namelijk in de cloud. Met diensten op basis van abonnementen zijn uw gegevens beter beveiligd dan ooit. Daarnaast maakt een abonnementenmodel uw diensten schaalbaar en eenvoudig af te stemmen op uw behoeften.

Ook Microsoft erkent dat de vele voordelen van het abonnementsmodel enorm zijn: "Naast het feit dat abonnees altijd up-to-date zijn, krijgen ze de nieuwste en volledigste applicaties en kunnen ze de abonnementen op veel verschillende apparaten gebruiken, waarbij het aanvankelijke risico en de kapitaalinvestering beperkt blijven".

Ons advies

Wilt u blijven in deze snel veranderende economie? Dan is de tijd om te innoveren nu. Begin met het aanpassen van uw bedrijfsmodel. Zorg ervoor dat uw producten en diensten een meerwaarde bieden aan consumenten.

Ons doel is om uw leven makkelijker te maken. Wij vinden dat een klimaat voor groei creëren eenvoudig moet zijn. Daarom willen we ervoor zorgen dat onze klanten zonder veel moeite en voorafgaande kennis hun voordeel kunnen doen met onze technologie. We zijn van plan onze producten, systemen en oplossingen zo veel mogelijk om te zetten in digitale clouddiensten. Geen investeringen vooraf, geen beheer of onderhoud, geen zorgen.

Onze nieuwe cloudoplossing [Building Operator](#) is een perfect voorbeeld van dit streven. Deze applicatie is ontworpen om het beheer van uw gebouw zo eenvoudig mogelijk te maken. Meer weten? Bekijk dan de webpagina.

Wat vooraf ging...

Hebt u het vorige artikel gemist? [Lees het hier terug!](#)

Wilt u meer te weten komen over wat de toekomst in petto heeft voor faciliteitbeheer? [Plan dan nu uw bezoek aan ons Growth Lab!](#)

bronnen:

[1] www.servicefutures.com/7-ways-economic-growth-will-affect-world-fm

[2] www.energy.gov/eere/femp/downloads/operations-and-maintenance-best-practices-guide

[3] home.kpmg/xx/en/home/insights/2019/08/changing-business-models.html

[4] www.forbes.com/sites/louiscolombus/2018/03/04/the-state-of-the-subscription-economy-2018/#3b206fe553ef

Wilt u op de hoogte blijven?

Registreer u dan voor onze nieuwsbrief en blijf op de hoogte van het laatste nieuws over gebouwautomatisering.

Heeft u vragen? Of wenst u meer informatie?

Neem dan gerust contact met ons op.



Building Automation NL



+ 31 (0) 174 522 727