

Marktonderzoek zomer 2010 Regio Stedendriehoek gaat voor risicovolle groeistrategie!

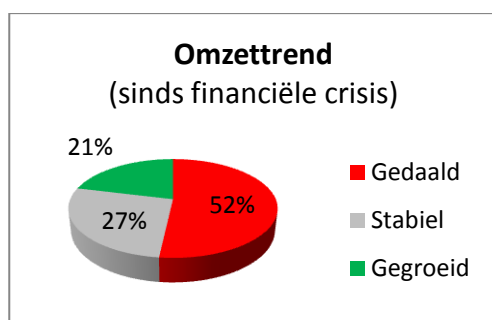
Omzetten dalen, bedrijven kiezen voor risicovolle groeistrategieën, en duurzaamheid is belangrijk. Dit zijn de drie belangrijkste conclusies uit het regionale marktonderzoek. U heeft deze zomer meegedaan aan dit onderzoek. Hartelijk dank voor uw deelname! Op uw verzoek ontvangt u nu de samenvatting van het onderzoek. Er zijn 220 bedrijven in de Stedendriehoek benaderd, 86 daarvan hebben meegedaan. Dat is een score van 39%, een hoog percentage voor een telefonisch marktonderzoek.

WELKE BEDRIJVEN DEDEN MEE?

Alle bedrijven in de Stedendriehoek met meer dan 25 medewerkers benaderd, behalve zorg, overheid en onderwijsinstellingen. Van de 86 deelnemers zijn er 39% industriële bedrijven, 31% groothandel en de rest komt uit de zakelijke dienstverlening, horeca en andere sectoren.

OMZET GROEI OF KRIMP?

Sinds de kredietcrisis is de omzet van de respondenten vooral gelijk gebleven of beperkt gedaald. Zie grafiek.



Van de bedrijven levert 95% levert aan collega-bedrijven of overheid. Een klein deel (29%) levert ook direct aan de consument. Meer dan de helft (51%) heeft internationale klanten, ruim 2/3 (65%) bedrijft handel binnen Nederland; slechts 24% levert vooral regionaal.

WELKE TRENDS SIGNALEERT U?

Als de belangrijkste 3 trends zien de bedrijven:

1. Duurzaamheid (58%),
2. Technologische ontwikkeling (44%)
3. Handel via internet. (19%)

70% van de respondenten zegt in te springen op trends, 30% doet dat niet. *Wat doet u zelf?*

DUURZAAMHEID?

75% zegt actief bezig te zijn met duurzaamheid, 65% ziet het als trend en 31% heeft duurzaamheid als ambitie voor de komende 2 jaar.

WAT IS UW AMBITIE en GROEISTRATEGIE?

De Top 3 van de genoemde ambities voor de komende twee jaar zijn:

1. Omzetgroei (87%)
2. Kostenbesparing (42%)
3. Duurzaamheid (31%)

Bij het realiseren van de ambities zeggen veel bedrijven (47%) te streven naar groei met nieuwe producten én nieuwe markten. Dit is de meest risicovolle groeistrategie. Slechts 25% kiest de meer veilige strategie via bestaande producten in bestaande markten.

GROEI	Huidige markt	Nieuwe markten
Huidig product	MarktPenetratie 25%	Marktontwikkeling 29%
Nieuwe producten	Product ontwikkeling 13%	Diversificatie 47%

KLANT, KWALITEIT, BETROUWBAARHEID

78% van de bedrijven meldt dat afnemers en/of overheid kwaliteitseisen stellen. Hiervan heeft 70% een ISO-9001 certificering, de helft daarvan heeft ook een milieu-management systeem. Er is overigens geen duidelijk verschil in de omzet waargenomen tussen WEL en NIET gecertificeerde bedrijven.

Bedrijven die een kwaliteitssysteem hebben zijn daar in het algemeen tevreden over, met een score van 7,4. Wel zijn er verbeterpunten, de meest genoemde zijn:

1. Te hoge beheerskosten.
2. Er wordt onvoldoende gebruik van gemaakt.
3. Moeizaam updaten/bijhouden (complex/tijdrovend)

TOP 3 CONCLUSIES

1. OMZET: Gemiddeld lager
2. TRENDS: Duurzaamheid en ontwikkeling
3. GROEI AMBITIE: Veel bedrijven kiezen een risicovolle aanpak!

TOT SLOT

Dit onderzoek is als afstudeerproject uitgevoerd door Maurits Zuidijk van het ROC Hoornbeeck College te Apeldoorn. Maurits is begeleid door Ben Bolland van Het BEVON Gilde.

BEVON Gilde is een netwerk van ervaren bedrijfsadviseurs. Samen met u zorgen ze voor een effectievere en soepeler draaiende organisatie. Door het pragmatisch integreren van kwaliteitsborging is ISO-certificering daarna een kleine vervolgstap.

Meer info over BEVON vindt u op www.bevon.nl
Voor vragen of opmerkingen over dit onderzoek kunt u met ons contact opnemen via info@bevon.nl