

DIGITALISERING BIJ ZELFSTANDIGEN EN KMO'S DRAAIT OM **EFFICIËNTIE**

Digitaal nog lang niet normaal

Inzetten op digitalisering betekent voor zelfstandigen en kmo's vooral de efficiëntie verhogen en kosten besparen. Dat de digitaliseringsgolf ook nieuwe businessopportuniteiten en risico's meebrengt, is minder doorgedrongen. Dat blijkt uit een ondernemersenquête van Trends in samenwerking met de verzekeraar Fidea. *Kurt De Cat, fotografie Kris Van exel*

Ook zelfstandigen en kmo's beseffen dat ze de digitaliseringstrein niet mogen missen. Uit de ondernemersenquête van Trends in samenwerking met de verzekeraar Fidea blijkt dat 96 procent van de respondenten aangeeft dat digitalisering voor hun bedrijf belangrijk tot zeer belangrijk is. Voor de meerderheid van de ondervraagden betekent digitalisering in de eerste plaats het efficiënter maken van werkprocessen (75%), een bewuster databeheer (65%) en papierloos werken (52%). Het onderzoek werd gevoerd bij 663 zelfstandigen, zaakvoerders en directieleden van kleine en middelgrote ondernemingen.

Winstmaximalisatie

Fidea werkte mee aan de enquête om een beter zicht te krijgen op de digitaliseringsinspanningen van zelfstandigen en kmo's. "Ongeveer de helft van ons premievolume komt van zelfstandigen, vrije beroepen en kmo's", duidt Edwin Schellens, de CEO van Fidea. De verzekeraar sloot 2016 af met een premievolume van 252,5 miljoen euro en een nettowinst van 13,8 miljoen euro. Sinds twee jaar maakt Fidea, dat zo'n 375 mensen tewerkstelt, deel uit van de Chinese Anbang Insurance Group.

De resultaten van de enquête geven aan dat zelfstandigen en kmo's volop de kaart van de digitalisering willen trekken, maar in de praktijk is er nog veel werk aan de winkel. Bij amper 27 procent van de respondenten is de digitalisering volledig geïntegreerd in het bedrijf. 37 procent beweert dat ze in de implementatiefase zitten, terwijl

27

procent
van de respondenten heeft de digitalisering volledig geïntegreerd in het bedrijf.

27 procent nog aan het begin van het traject staat. 5 procent geeft toe niet bezig te zijn met digitalisering. Die bedrijven geven als belangrijkste redenen op dat ze te kleinschalig zijn, dat hun activiteit niet gedigitaliseerd kan worden of dat ze over te weinig kennis beschikken om digitale stappen te doen. De zwaarst wegende argumenten om de digitale geheelonthouders over de streep te trekken, zijn het boeken

van tijdswinst en efficiëntieverbeteringen, omzetgroei en lagere kosten.

Ook bij de bedrijven die wel al aan de slag zijn met digitale projecten zijn efficiëntieverhoging (75%) en kostenverlaging (54%) de belangrijkste drijfveren om digitaal te gaan. Het verbeteren van de klantenervaring wordt door 44 procent van de respondenten aangehaald, het aanboren van nieuwe markten is voor slechts 23 procent een motivator. "Bedrijven zijn in een eerste fase op zoek naar efficiëntere processen, snellere doorlooptijden en winstmaximalisatie. Dat is logisch", zegt Edwin Schellens. "Zelfstandigen en kmo's zijn duidelijk minder bezig met de omzet verhogen door in te zetten op datacollectie en daar slimme dingen mee te doen." Ook de verzekeringssector zien nieuwe platformen opduiken en klanten zijn vragende partij om hun schadegevallen digitaal aan te geven.

Cyberveiligheid

Fidea lanceerde voor de zomer een mobiele app waarmee verzekeringsnemers de meeste schadeaanvragen kunnen doorsturen. Al 10 procent van de aanvragen komt binnen via de app. "Dat is onze *fast lane*. Als het schadedossier compleet is, kunnen we binnen de zeven dagen uitbetalen", duidt Edwin

Schellens. De Chinese aandeelhouder stuwt het bedrijf om meer digitaal te gaan. "In China regelen ze courante materiële schades in enkele uren via WeChat. Digitaal kunnen we nog heel wat leren van de Chinezen." Meer dan 75 procent van de respondenten evalueert de mogelijkheid om schade aan te geven via een app als interessant tot zeer interessant.

De ondernemersenquête peilde ook naar de struikelblokken voor de verdere digitalisering van de bedrijven. De meest vermelde obstakels zijn het gebrek aan tijd (45%), budget (35%), de juiste mensen (31%) en kennis (31%). Een pijnpunt bij de bedrijven die bezig zijn met digitalisering is dat bijna een kwart van de respondenten aangeeft geen digitale strategie te hebben. Ook in beveiliging detecteert de enquête nog heel wat verbeteringspotentieel. Amper 38 procent van de bedrijven die zeggen dat ze digitale stappen ondernemen, hebben gespecialiseerde beveiligingssoftware geïmplementeerd. Bij de Nederlandstalige respondenten gaat het om 43 procent, bij de Franstaligen daalt dat cijfer tot 32 procent.

"Over die cijfers maak ik me zorgen", reageert Schellens. "Grotere bedrijven zijn meer met veiligheidsmaatregelen bezig, voor de kleine ondernemingen is het een aandachtspunt. Het is ook aan onze sector om met adviezen en bijstand te werken aan preventie. Cyberveiligheid kun je niet vergelijken met pure accidentele schade als bijvoorbeeld een brandschade na een blikseminslag. De bedrijven moeten zelf stappen ondernemen op het gebied van beveiliging. Wij kunnen het restrisico afdekken. Ook voor ons zijn die nieuwe risico's een uitdaging." Op de vraag of de zelfstandigen en kmo's zich zorgen maken over een cyberaanval antwoordt 58 procent van de geënquêteerden positief. 20 procent van de bedrijven geeft aan dat de impact 'enorm' zou zijn. 15 procent is er gerust op, want ze nemen alle maatregelen om zich daartegen te beschermen. ©



EDWIN SCHELLENS
"Zelfstandigen en kmo's zijn minder bezig met de omzet verhogen met datacollectie."

KLANTEN VERWACHTEN MEER TRANSPARANTIE

In de enquête werd ook gepeild naar wat de zelfstandigen en de kmo's verwachten van de digitalisering in de verzekeringssector. De helft van de respondenten vindt het noodzakelijk dat de verzekeringspolissen transparanter worden. 43 procent rekt op makkelijkere aangiftes van schadegevallen en 42 procent vindt een snellere afhandeling van dossiers een noodzaak. "Het verwachtingspatroon van de klanten verandert", geeft Fidea-CEO Edwin Schellens toe.

"We moeten ons sneller aanpassen. Dat houdt ons scherp. De job van de makelaar zal veranderen. Zijn toegevoegde waarde zit meer dan ooit in de adviesfunctie eerder dan in het afhandelen van administratieve processen. De digitalisering heeft ook een grote impact op onze werkprocessen. Vandaag zijn premies innen en schades uitbetalen de essentiële functies van ons IT-platform. We moeten systemen hebben waarin we data kunnen opslaan en analyseren om tegemoet

te komen aan de verzekeringsbehoeften van de klanten."

Volgens Schellens vergt de toenemende digitalisering geen zware ingrepen in zijn backoffice. "Het is geen geheim dat bepaalde functies zullen wegvallen en dat we mensen moeten herscholen om andere dingen te doen. Maar dat zal geleidelijk gebeuren. De globale tewerkstelling in de sector zal voort dalen, al komen er ook nieuwe jobs bij. Ook achter de app zitten mensen, met specifieke competenties."