

Klanten en personeel 2021: snap hoe klanten online zoeken

- [Trend](#)
- Redactie KVK
- 17 dec 2020
- 5 min lezen
- 652

Online winkelen zal in 2021 een nog grotere vlucht gaan nemen. KVK sprak 7 experts over de trends en kansen die zij zien voor volgend jaar. Thuiswinkel-expert Wijnand Jongen verwacht veel van platforms en voice. "Iedereen heeft in 2021 digitale skills nodig."

Wat is de trend op het gebied van klanten en personeel?

"Ik zie klanten volgend jaar meer en ook anders online winkelen. Als het gaat om gedragsverandering gebruik ik de 6 G's: enerzijds gemak, gewin en genot, anderzijds gewenst, gewenning en gewoonte. Digitalisering draagt eraan bij dat we ons gedrag steeds verder blijvend veranderen, omdat er sprake is van een of meer van die 6 G's. Ik zie dat meer ouderen online winkelen ontdekken, zeker in deze tijden van corona. Ze gaan van gewenning naar gewoonte."

"Ook jongeren gaan nog meer, of liever anders online winkelen. Er wordt meer gekocht via andere kanalen, zoals social media. Klantgedrag verandert elk jaar wel een beetje maar ik denk dat, doordat we vanwege corona steeds meer thuis werken en thuis leven, deze gedragsverandering volgend jaar verder aan snelheid zal winnen. We hebben het gemak van digitaal boodschappen doen ontdekt, we raken eraan gewend, het levert genot en gewin op. Denk maar eens aan de tijd die het je bespaart."

"Wat betreft personeel betekent dit dat ook zij meer dan ooit die digitale skills moeten hebben om op dat nieuwe gedrag van consumenten te

kunnen inspelen en klanten te helpen. Personeel moet snappen hoe consumenten zoeken naar diensten en producten. Klanten komen beter geïnformeerd de winkel in dan ooit tevoren. Van pakketbezorger tot marketeer en winkelmedewerker, iedereen heeft in 2021 digitale skills nodig."

Wijnand Jongen

CEO Thuiswinkel.org en president Ecommerce Europe

Wijnand Jongen (1959) is ondernemer en spreker op het gebied van retail en e-commerce. Hij heeft een aantal boeken over online winkelen op zijn naam staan.

"Het is slim als je weet wat er speelt en wat eraan zit te komen. Zo leer je kiezen wat voor jou wel of niet verstandig is om te volgen."

En waar liggen kansen?

"Als je klanten hun gedrag veranderen, moet je voor jezelf bepalen of je daarin meegaat. Je moet je klanten blijven volgen en eigenlijk steeds een stap voor zijn. Zoals je in een winkelstraat onderscheidend moet zijn om klanten te trekken; zo geldt dat ook voor online. Marktplaatsen en platformen, zoals Thuisbezorgd en bol.com, bieden de beste mogelijkheden om klanten te vinden, maar ook daar wil je je onderscheiden. De markt van generieke platformen is wel grotendeels bepaald, maar waar je komend jaar nog kunt scoren zijn de niche-platformen, dus platformen die zich op een speciale consumentengroep of productgroep richten."

"Wat betreft personeel is het in 2021 belangrijk om blijvend in mensen te investeren. Je personeel is je directe relatie met je klant. Uiteindelijk bepaalt je klant bij wie en via welk kanaal hij wil winkelen. Medewerkers moeten dat snappen en daarop inspelen. Verhalen over bedrijven die niet

goed met hun personeel omgaan, doen afbreuk aan de consumentenervaring."



Wat zijn de bedreigingen?

"Bedreigingen zijn er altijd in elke veranderende marktomstandigheden. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling dat grotere spelers steeds machtiger worden. Vooral grote Aziatische platformen die de Europese markt opkomen, vormen een probleem. De winkels op een platform als Ali Express trekken zich niet altijd iets aan van Nederlandse wet- en regelgeving, waardoor er geen level playing field meer is. Zij hebben vaak lak aan garantietermijnen en nemen het niet zo nauw met verkoop van namaakproducten. Ook komt er oneigenlijke Chinese overheidssupport om de hoek kijken. En goedkoop aanbod blijkt veel Westerse klanten te trekken."

"Tegelijkertijd bieden grote platforms ook weer kansen om een nieuw publiek voor je te winnen of om je als niche-speler te onderscheiden. En wat corona betreft, voor sommigen een bedreiging, maar voor anderen ook een kans. Door corona verandert het gedrag van mensen sneller dan normaal. Door op dat veranderende gedrag te anticiperen, ontstaan mogelijkheden. Daarvoor hebben ondernemers visie, strategie en snelheid nodig."



Met welke trends moeten ondernemers zich niet bezighouden?

"Wat betreft trends is het verstandig niet altijd voorop te lopen. Maar je moet ze wel onderkennen en snappen. Het speelveld verandert onder je neus en in 2021 speelt er heel veel tegelijk. Choose your battles, zeg ik dan. Ik heb recent samen met Kitty Koelemeijer, professor aan Nyenrode Business Universiteit, meegewerkt aan een gratis e-learning. Daar bespreken we 4 megatrends voor ondernemers. Denk aan big data, [platforms](#), voice-gestuurde technieken en [blockchain](#). Maar de e-learning gaat vooral ook over hoe je trends kan onderscheiden, dat het is slim als je weet wat er speelt en wat eraan zit te komen. Je leert er om te kiezen wat voor jou wel of niet verstandig is om te volgen."

"Wat vanaf volgend jaar erg groot kan worden is [voice](#). Dat vinden we nu nog eng en gevaarlijk en er zijn veel vragen over privacy-gevoeligheid. Maar het is ook makkelijk en snel en leuk om al pratend iets te bestellen. Ik denk dat als je klanten daaraan gewend zijn, ze niets anders meer willen."

Wijnand Jongens ultieme tip

"Geloof in jezelf, je bedrijf en je klanten. Met geloof in jezelf bedoel ik: haal het beste uit jezelf en je krachten, maar weet ook waar je hulp bij nodig

hebt en schakel die in. In je bedrijf,; weet wat je nu en straks wil waarmaken. En in je klanten,; je klanten bepalen jouw koers, volg je klanten. Maar het is ook een wisselwerking,; als je je klanten goed kent, kun je ze verrassen. Breng elkaar op ideeën. Dan zijn alle voorwaarden voor succes aanwezig."

Plan de campagne

"Ik ga me volgend jaar oriënteren op de toekomst. Ik hou van out of the box denken over de toekomst. Misschien wil ik nog bepaalde vaardigheden aanleren, of zijn er bepaalde dingen die zakelijk of privé extra aandacht verdienen. Ik blijf mezelf graag opnieuw uitvinden."

2021 wordt geen gemakkelijk jaar. Daarom heeft KVK voor ondernemers tips en inspiratie in 7 interviews met experts, het [KVK Trenddossier 2021](#).

Redactie KVK

De KVK-redactie verzorgt en publiceert inspirerende informatieve artikelen voor ondernemers op KVK.nl, waaronder interviews en how to's.