

Internet maakt sign

Internet maakt consumentenmarkten steeds transparanter. Maar ook de business to businessmarkten ontkomen niet aan deze ontwikkeling. Tot afgrijzen van veel ondernemers worden de verschillende opties en bijbehorende prijzen van producten en diensten steeds vaker op internet genoemd. Ook in de signmarkt. Hoe onderscheid je je dan? Zie de groeiende transparantie echter niet als een bedreiging, maar als een kans. Benut de voordelen.

Het is niet meer tegen te houden. Consumentenmarkten worden steeds transparanter. Waar je vroeger bij een reisbureau naar binnen stapte om een vakantie te boeken, ga je nu het internet op om prijzen te vergelijken. Hetzelfde hotel wordt via meerdere websites aangeboden en met een paar drukken op de knop vind je de meest voordelige deal. Heel soms heeft een aanbieder geen prijzen op de website staan. Wat doe je? Ga je mailen of bellen voor meer informatie? Waarschijnlijk niet, dit bedrijf sla je gewoon over. Er zijn genoeg alternatieven. De heldere en overzichtelijke webshops weten de meeste kopers aan zich te binden.

OPKOMST VAN 'VERTICALS'

De prijzen op internet worden steeds doorzichtiger en distributiekanaal verticaal. Google heeft inmiddels zogenoemde 'verticals' opgezet voor vliegvluchten en hotels. Geen tussenpersonen meer, maar direct boeken bij de producent of aanbieder. Zelfs populaire websites als booking.com en beslist.nl kunnen hiervan wel eens de dupe worden.

De consumentenmarkt loopt wat deze trend betreft absoluut voorop, maar ook de business to businessmarkten worden langzaam maar zeker transparanter. Veel signbedrijven lijken nog een beetje in de achterhoede te lopen. We houden er eigenlijk niet zo van om op internet precies te vertellen wat we leveren en wat dat kost. Best begrijpelijk. Want waar blijft je onderscheid nog? Maar kijk naar de online drukkerijen en groothandelsbedrijven. Vijf jaar geleden waren deze minder transparant online te vinden. Nu bestel je vanuit je stoel wat je nodig hebt.

GEEN KEUZE

We moeten onszelf niet voor de gek houden; in 2015 is online of offline bijna geen keuze meer. Klanten willen het allebei. Vrijwel elk product is inmiddels online verkrijgbaar. Natuurlijk zijn er producten waarop niet zomaar een standaardprijs is te plakken. Maar de 'Ikea's' onder de signmakers zijn

wel degelijk aan het standaardiseren, en zetten gewoon hun prijs voor onder andere carwraps op internet. De vraag die elk bedrijf zich nu dan ook zou moeten stellen, is: ga ik groot, ga ik niche, of ga ik naar huis?



Appcademy komt medio 2015 met een online database waarin kan worden gezocht naar specialisten in de signbranche.

Ga ik groot, ga ik niche, of ga ik naar huis?

wereld transparanter

De groeiende transparantie kan voelen als een bedreiging. Er is de angst dat onze signmarkt steeds verticaler wordt. En terecht, want ook alle eindklanten kunnen in theorie (deel)producten en losse service of montage inkopen, waarbij veel signma-

kers het nakijken hebben. Bedenk daarnaast dat ook de - nu nog 'grijze', maar wel grote - groep zzp-signmakers (waaronder veel reclamemonteurs, ontwerpers, kleine projectbureaus) zowel voor de eindklant als de signmaker steeds beter vindbaar worden. Een onomkeerbaar proces.

NIEUWE KANSEN


De groeiende transparantie kan echter ook voelen als een kans. Want kijk eens naar de voordelen, die zijn er zeker! Niet alleen de eindklant kan overal 'inkopen', dat kan jij als signmaker ook. Benut de meerwaarde die jouw bedrijf biedt. Want hoewel prijs belangrijk is, spelen vertrouwen en kwaliteit nog steeds een grote rol. Verdiep je in de huidige marktontwikkelingen, wees veerkrachtig, pas zo nodig je strategie aan. Betrek het groeiende netwerk aan specialisten en dienstverleners ook bij jouw bedrijf. Want door slim te 'partneren' kun je zeer divers, uitermate specialistisch en helemaal up-to-date je diensten en producten blijven aanbieden.

VERDIEP

Daarbij is belangrijk dat je je goed verdiept in de diensten van je potentiële aan-

vullende partners. Denk bijvoorbeeld aan reclamemontage: menig freelance monteur levert mooi werk en lijkt 'specialist in alles'. Maar de ervaren carwraper is niet per definitie een goede boatwraper. En een monteur van bannerframes is nog geen specialist in het ophangen van ledverlichting.

Medio 2015 lanceert Appcademy een online database die daarbij helpt. Signmakers kunnen via deze website relatief gemakkelijk specialistische partners vinden. Denk bijvoorbeeld aan die carwrapspecialist, boatwraper of lichtreclamemonteur waarvoor je op zoek bent.

Kortom: transparantie via internet biedt kansen voor hen die echt ondernemen en bedreigingen voor hen die denken dat het wel overwaait. De signmarkt is in beweging. Ze schuift. In welke richting schuif jij? Schuif je op je stoel, schuif je het onder de tafel, of schuif je mee naar voren? 

www.appcademy.nl

 Appcademy

* Dennis de Haan heeft bijna 30 jaar ervaring in de signbranche. Hij brengt je graag in contact met partners die ertoe doen. Onder de naam Appcademy geeft hij sign-gerelateerde applicatie- en commerciële trainingen.

OMZET WEBWINKELS GROEIT

De omzet van webwinkels is de afgelopen 10 jaar explosief gegroeid. Van zo'n 2 miljard in 2004 tot boven de 10 miljard in 2014. Hoewel de groei iets afvlakt, bedroeg de omzetgroei over de eerste drie kwartalen van 2014 nog steeds 9 procent. Andere onderzoeken laten steeds zien dat vooral de grote internetwinkels verantwoordelijk zijn voor de grote groeicijfers. De kleinere shops kunnen niet profiteren van de schaalvoordelen van grote concurrenten en leggen het af. (Bron CBS)

