

# B2B vs. B2C: 1-0

**Internet is een hype die allang geen hype meer is. Het is in minder dan 10 jaar tijd uitgegroeid tot het meest omvangrijke medium ter wereld. Kon je in de beginfase van het Internet enkel wetenschappelijke teksten bekijken, tegenwoordig zijn online veilingen, kledingwinkels, supermarkten en autohandelaren met één muisklik te bereiken. Er zijn duizenden online winkels voor de consument, die veelal miljoenen guldens verlies draaien. De bekendste daarvan is Amazon. Maar wat veel minder bekend is, is dat maar liefst 80% van de online-verkoop wordt gegenereerd door online-B2B bedrijven. En die maken nog winst ook!**

## **Kanalen**

B2B staat voor 'Business to Business' en B2C voor 'Business to Consumer'. Bedrijven moeten het Internet op anders zijn ze gedoemd om failliet te gaan. Tenminste, dat is wat 'men' ons wil doen geloven. Want tot nu toe zijn er nog maar zeer weinig winkels op internet die zowel een goede service leveren als winst maken. Dit geldt met name voor de B2C-sector. Één van de weinige Nederlandse B2C-online winkels die winst maakt op zijn online-verkoop is Wehkamp. En dat komt omdat dat bedrijf al een goed distributiekanaal heeft. Vaak denken bedrijven dat het bij het bestellen van het artikel ophoudt. Ze vergeten aandacht te besteden aan hun logistiek, waardoor ze geen goede service kunnen leveren en klanten wegblijven. Het gevolg is dat de hoge distributiekosten moeilijk terugverdiend kunnen worden. Een goed distributiekanaal is dus een voorwaarde voor succesvolle e-commerce. De winkels die op deze manier hun eerste stappen op Internet zetten, zijn ook weer gauw verdwenen. Volgens Wired, een toonaangevend e-zine, flopt naar schatting zestig procent van de 'nieuwe economie'-bedrijven kort na de start. Van de rest overleeft veertig procent de eerste vijf jaar niet (Wired). Dus slechts 1 op de 6 bedrijven B2C weet zich online te handhaven.

## **Marktplaats**

Hoe komt het dat het in de B2B-sector dan wel goed gaat? Bijna alle B2B winkels maken winst. Sterker nog: B2B zorgt maar liefst voor 80% van de online-verkoop. Dit komt mede doordat ze al goede distributiekanaal hebben. De orders werden in het verleden vaak via de fax doorgegeven. Zonder tussenkomst van personen. Wat de verwerking van de order al aanzienlijk sneller maakte in vergelijking met de consumentenhandel. Nu hoeven ze alleen maar over te schakelen van fax naar email. Hierdoor kan alles gelijk digitaal ingevoerd worden en gaat het verwerkingsproces nog sneller. Maar dat is niet de enige reden. Er is al ruim een jaar een trend gaande, dat verschillende B2B-bedrijven uit dezelfde sector, zowel leveranciers als afnemers, zich verzamelen op een soort virtueel marktplaats. Zo ontstaan er afgesloten sites die alleen toegankelijk zijn voor de leveranciers en afnemers in die sector. Naast handel vind je ook het laatste nieuws terug op die sites. Het is dus tegelijkertijd ook een online vakblad, waar het nieuws om de paar minuten verversd kan worden. Het voordeel van zo'n marktplaats is dat leveranciers en afnemers direct met elkaar in contact kunnen treden per email of zelfs direct een order kunnen plaatsen. Verder is het mogelijk om snel prijzen te vergelijken en snel te reageren op actuele informatie. Een goed voorbeeld van een marktplaats is bouwonline (Bouwonline) Maar zo'n marktplaats kan ook gebruikt worden om gezamenlijk inkoop te doen. General Motors en Mercedes zijn daar zeer actief mee bezig. Zo kunnen ze indrukwekkende margeverbeteringen realiseren.

## **LetsBuyIt.com**

Sinds enkele maanden zien ook steeds meer B2C bedrijven dat ze, als ze zich verenigen, een

grotere kans van overleven hebben. Er ontstaan nu verscheidene 'clubs' bij onder andere Het Net, waar winkels met een gezamenlijk marktaanbod komen. Consumenten verenigen zich ook. Bijvoorbeeld bij LetsBuyIt.com ([LetsBuyIt](http://LetsBuyIt.com)). Hierdoor hopen ze kwantumkortingen te regelen. En, zoals blijkt, dat werkt. Zo heeft LetsBuyIt.com na 3 maanden al meer dan 40.000 aanmeldingen gekregen

De 'gouden formule' van marktplaatsen zal nog wel even doorwerken, maar zal zich ook verder gaan ontwikkelen. Bijvoorbeeld naar de B2E-sector. B2E staat voor Business to Employee. Hier kunnen werknemers direct op een marktplein van hun eigen bedrijf goederen kopen. Maar er zullen ook veel marktpleinen gaan verdwijnen. Het toverwoord is immers het genereren van traffic op de site waardoor er meer advertentie-inkomsten en revenue-sharing zijn. Veel marktpleinen zullen een fusie of een alliantie aangaan. Volgens recente voorspellingen gedaan door AMR Research ([AMR](http://AMR.com)) houd je circa 50 grote marktpleinen over die de totale Internetmarkt kunnen gaan domineren. Zowel B2C als B2B. Er bestaat dan een reële kans dat er bijvoorbeeld één marktplein is voor de autoverkoop, één voor de cdverkoop. Zo wordt er een monopoliepositie gecreëerd. En dan zijn we als consument en als afnemer verder van huis dan nu. Het huidige idee achter marktpleinen is tenslotte om goedkopere producten te kiezen en om uit verschillende aanbieders te kiezen

## Fabian de Graaf

**Aantal woorden:** 787

**Streamer:** "Naar schatting flopt 60% van alle 'Nieuwe-Economie' bedrijven"

