PRAKTISCHE GIDS

Makkelijk voor elkaar. Goed voor je klant.

Waar loopt jouw B2B-klant vast?

Een praktische gids voor de volgende stap met jouw digitale klantomgeving.



Makkelijk voor elkaar. Goed voor je klant.



Je wilt dat klanten makkelijk zaken met je kunnen doen. Dat ze vinden wat ze zoeken, weten waar ze aan toe zijn en hun volgende aankoop bij jou doen.

Wat daarvoor nodig is, verschilt per organisatie. Misschien wil je klanten voor het eerst zelfstandig laten bestellen. Misschien bedient je bestelportaal bestaande klanten goed en wil je ook nieuwe kopers bereiken. Of een grote update roept de vraag op of je huidige platform nog bij je ambities past.

Ook wanneer de basis goed staat, zijn er mogelijkheden om verder te verbeteren. Met betere productinformatie, inzicht in klantgedrag of AI die klanten helpt het juiste product te vinden.

Welke volgende stap maakt voor jouw klanten én je organisatie het verschil?

Solvy bouwt B2B-platformen en de koppelingen met de systemen erachter. In deze gids delen we inzichten uit onze praktijk die je helpen de volgende stap voor jouw digitale klantomgeving te bepalen. De behoeften van je klant vormen het vertrekpunt.

Je onderzoekt welke klantbehoefte aandacht verdient, wat daarvoor nodig is en hoe je bepaalt of een investering iets oplevert. Dat kan een gerichte verbetering zijn, uitbreiding van je bestaande platform of een nieuwe digitale omgeving.

Waar wil je met jouw klantomgeving naartoe?

Jouwambitie	Devraag diecentraalstaat
ROUTE 1 Klanten meer zelf laten regelen	**Welke klanttaken kunnen we digitaal ondersteunen en wat moeten we daarvoor organiseren?**
ROUTE 2 Bestaande én nieuwe klanten bedienen	**Hoe ontwikkelen we ons bestelportaal tot een e-commerceomgeving die helpt bij oriënteren, kopen en opnieuw bestellen?**
ROUTE 3 Verstandig investeren in de huidige omgeving	**Wat past bij onze ambities: bijwerken, gericht verbeteren of vernieuwen?**
ROUTE 4 Meer halen uit een goed werkend platform	**Waar kunnen klantinzichten, betere functionaliteit en AI aantoonbaar verschil maken?**



Je kunt meerdere ambities herkennen. Een platform kan herhaalbestellingen uitstekend ondersteunen, terwijl nieuwe klanten moeite hebben om het assortiment te doorgronden. Of de orderafhandeling werkt goed, maar je ziet mogelijkheden om productadvies te verbeteren.

Kies de route die aansluit op jouw belangrijkste vraag.

De gezamenlijke afweging blijft: wat helpt de klant verder, wat vraagt dat van onze organisatie en hoe beoordelen we het resultaat?

Begin bij de volgende stap van je klant



Een vaste klant wil een bekende bestelling snel herhalen. Een nieuwe koper wil beoordelen of een product geschikt is. Een dealer wil zijn eigen afspraken terugvinden. En een klant met een complexe productvraag heeft mogelijk advies nodig.

Bekijk hoe jouw organisatie deze verschillende taken ondersteunt. Onderzoek zowel wat goed werkt als waar klanten extra hulp kunnen gebruiken.

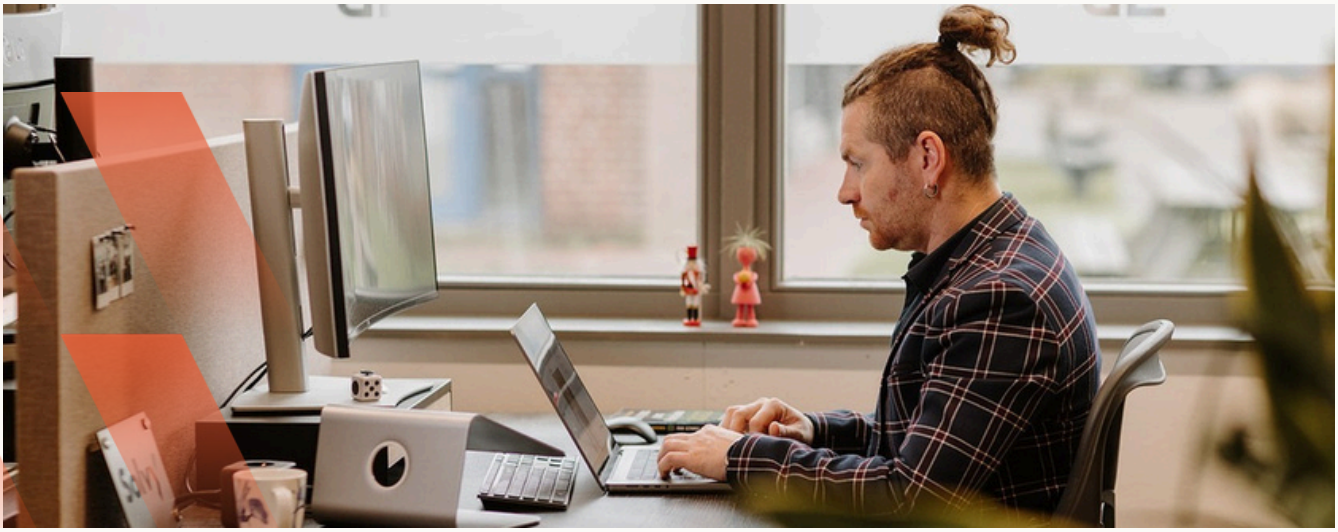
Neem daarbij drie vragen als vertrekpunt:

Klantwaarde	Wat wordt voor de klant makkelijker of beter?
Organisatiewaarde	Hoe draagt dat bij aan service, efficiëntie of commerciële ontwikkeling?
Uitvoerbaarheid	Welke informatie, processen en techniek zijn daarvoor nodig?

Gebruik klantgesprekken, gebruiksgegevens en ervaringen van medewerkers om je keuzes te onderbouwen. Zo krijgt iedere verbetering een duidelijk doel, ongeacht hoe ver je al bent met digitaliseren.

ROUTE 1

Klanten meer zelf laten regelen



Je klant wil doorpakken. Geef ’m de ruimte.

Klanten bellen voor een voorraadcheck,mailen eenbestellingof vragen een medewerker om een factuur. Je team helpt hen verder, maar iedere handeling vraagt tijd van beide kanten.

Een digitale klantomgeving kan klanten meer zelfstandigheid geven. Bijvoorbeeld om buiten kantooruren te bestellen, hun eigen prijzen te bekijken of documenten op te vragen. De eerste afweging is welke taak daarvoor het meest geschikt is.

1 Breng klantvragen en handwerk in kaart

Houd gedurende een representatieve periode bij welke vragen en bestellingen binnenkomen. Noteer waar medewerkers gegevens overnemen, iets controleren of fouten herstellen.

Kijk verder dan het contactmoment. Achter een kort telefoontje kan uitzoekwerk, interne afstemming en een terugbelactie zitten. Vraag klanten wat zij graag zelf zouden regelen. Neem ook mee hoe ze nieuw assortiment ontdekken en wanneer ze behoefte hebben aan persoonlijk advies.

Klanten meer zelf laten regelen

2 Kies een eerste verbetering

Kies een taak die regelmatig voorkomt en waarvan de gewenste uitkomst duidelijk is. Bijvoorbeeld een eerdere bestelling opnieuw plaatsen of een factuur downloaden.

Als digitaal bestellen de eerste stap wordt, bepaal dan wat de klant nodig heeft om een correcte order te plaatsen. Denk aan besteleenheden, persoonlijke prijzen en betrouwbare informatie over beschikbaarheid. Leg vast welke uitzonderingen voorlopig via persoonlijk contact blijven lopen.

3 Controleer gegevens en verwerking

Onderzoek of productgegevens en klantafspraken eenduidig zijn vastgelegd. Spreek af welke bron leidend is wanneer systemen verschillende informatie tonen. Neem de volledige orderafhandeling mee. Wat gebeurt er na het verzenden van een bestelling? Wie behandelt ontbrekende informatie? Hoe komen telefonische en gemailde orders in hetzelfde proces terecht? Vergelijk standaardsoftware en maatwerk aan de hand van deze praktijk. Laat zien hoe beide omgaan met belangrijke uitzonderingen. Neem ook de tijd voor gegevensopschoning, invoering en beheer mee in je keuze.

4 Test met klanten

Laat een kleine, gevarieerde groep klanten echte taken uitvoeren. Neem ook klanten mee die weinig ervaring hebben met digitale bestelomgevingen. Kijk waar uitleg nodig is en waarom iemand alsnog belt of mailt. Pas de omgeving en begeleiding daarop aan voordat je breder uitrolt. Bespreek ook wat medewerkers met vrijgekomen tijd gaan doen. Bijvoorbeeld klanten adviseren over toepassingen of nieuw assortiment onder de aandacht brengen.

ROUTE 1

Klanten meer zelf laten regelen

Hoe beoordeel je het resultaat?

Meet bijvoorbeeld hoeveel klanten hun taak zelfstandig afronden, hoeveel correcties per order nodig zijn en hoeveel aanvullende vragen een bestelling oproept. Een digitale order die intern veel herstelwerk vraagt, verdient verdere aandacht.



ROUTE 2

Bestaande én nieuwe klanten bedienen



Vertrouwd voor je bestaande klanten. Een kennismaking voor nieuwe.

Een vaste klant kent de artikelnummers en bestelt regelmatig hetzelfde. Een nieuwe koper weet vooral welk probleem hij wil oplossen.

Die klanten hebben verschillende ondersteuning nodig. De vaste klant wil snel door zijn bestellijst. De nieuwe koper zoekt uitleg, vergelijkt producten en wil weten of jouw aanbod geschikt is.

Een bestelportaal waarin transacties plaatsvinden is al een vorm van e-commerce. De ontwikkelvraag is hoe je een bredere klantreis ondersteunt: ontdekken, beoordelen, aanvragen en kopen.

1 Onderzoek beide klantreizen

Laat een vaste klant een gebruikelijke bestelling plaatsen. Laat iemand die het assortiment minder goed kent een geschikt product zoeken.

Waar ontstaat twijfel? Welke informatie ontbreekt? Hoeveel kennis van jouw assortiment veronderstelt de omgeving?

Vergelijk ook een herhaalorder via het portaal met dezelfde bestelling per e-mail. Als mailen eenvoudiger is, heb je een concreet verbeterpunt.

ROUTE 2

Bestaande én nieuwe klanten bedienen

2 Ondersteun oriëntatie en herhaalaankopen

Help oriënterende kopers met begrijpelijke productinformatie, zoeken en relevante vergelijkingsmogelijkheden. Maak duidelijk wanneer advies nodig is en hoe zij dat kunnen krijgen. Vaste klanten kunnen baat hebben bij bestellijsten, orderhistorie of snel bestellen op artikelnummer. Controleer bij herhaalorders opnieuw de actuele prijs en beschikbaarheid.

Geef nieuw assortiment een herkenbare plek. Laat klanten beoordelen voor welke toepassing het geschikt is en hoe het zich verhoudt tot producten die zij al kennen.

3 Bepaal wat openbaar is

Een openbaar assortiment geeft potentiële klanten de mogelijkheid om je aanbod te verkennen. Bepaal welke vervolgstap past: een account aanvragen, een offerte opvragen of direct bestellen.

Achter de login kunnen klanten hun eigen prijzen, assortiment en afspraken zien. Leg vast welke rechten gelden per organisatie en gebruiker. Een dealerbeheerder kan bijvoorbeeld andere handelingen mogen uitvoeren dan een medewerker die alleen bestellingen voorbereidt.

Maak duidelijk waarom een account nodig is, wat de klant daarmee kan en hoe een aanvraag wordt opgevolgd.

4 Verbind verkoop met afhandeling

Onderzoek wat er na een online bestelling gebeurt. Moet een medewerker de prijs alsnog aanpassen? Wordt beschikbaarheid opnieuw gecontroleerd? Komt de klant daarna nog voor verrassingen te staan? Neem die stappen mee in je verbetering. Online bestellen moet aansluiten op de daadwerkelijke verwerking en levering. Een openbare productomgeving vraagt daarnaast om een plan voor vindbaarheid en opvolging. Bepaal hoe nieuwe bezoekers je aanbod ontdekken en wie verantwoordelijk is voor hun aanvragen.

ROUTE 2

Bestaande én nieuwe klanten bedienen

Hoe beoordeel je het resultaat?

Meet nieuwe en bestaande klanten afzonderlijk. Kijk bij nieuwe klanten bijvoorbeeld naar gekwalificeerde aanvragen en afgeronde eerste bestellingen. Kijk bij vaste klanten naar het gemak van herhaalorders en de benodigde ondersteuning.

Een stijging in digitale orders kan ook betekenen dat bestaande klanten van kanaal veranderen. Dat is iets anders dan nieuwe klanten aantrekken.



ROUTE 3

Verstandig investeren in je huidige omgeving



Update of upgrade?

Er ligt een offerte voor een grote update. Iedere nieuwe wens vraagt veel tijd en geld. Of een ander ERP en nieuwe verkoopmodellen sluiten moeilijk aan op je huidige platform. Dat is aanleiding om opnieuw te kijken naar de investering. Welke problemen lost onderhoud op? Welke beperkingen blijven bestaan? En welke verbeteringen zijn belangrijk genoeg om nu mee te nemen?

1 Maak beperkingen en ambities concreet

Verzamel voorbeelden van wat vastloopt. Denk aan trage productpagina's, wijzigingen die lang duren of prijsregels die medewerkers in Excel moeten controleren.

Beschrijf ook wat je wilt kunnen toevoegen. Misschien wil je een nieuwe markt bedienen, andere dealerafspraken ondersteunen of klanten meer zelfservice bieden.

Leg per onderwerp vast wat het betekent voor klanten en medewerkers. Zet daarnaast de huidige kosten op een rij, inclusief onderhoud, beheer en terugkerend handwerk.

Verstandig investeren in je huidige omgeving

2 Vergelijk de mogelijkheden

Keuze	Wanneer onderzoeken?	Belangrijkste afweging
Gericht verbeteren	De basis voldoet en de knelpunten zijn afgebakend.	Kun je de gewenste verbetering goed binnen de bestaande omgeving realiseren?
Gedeeltelijk vervangen	Een onderdeel belemmert de ontwikkeling, terwijl andere delen bruikbaar blijven.	Kunnen de onderdelen tijdens en na de overgang goed samenwerken?
Volledig vernieuwen	Beperkingen raken meerdere belangrijke processen of ambities.	Wegen de verwachte voordelen op tegen kosten, migratie en uitvoeringsrisico's?

Vergelijk de opties over dezelfde periode. Neem gegevensoverdracht, testen, opleiding en eventueel tijdelijk dubbel beheer mee.

Een noodzakelijke onderhoudsupdate kan intussen nodig blijven. Maak expliciet wat niet kan wachten op een groter vernieuwingsproject.

3 Test de grootste onzekerheden

Zoek vroeg uit waar de keuze op kan vastlopen. Denk aan complexe prijsafspraken, een ERP-koppeling of klantspecifieke assortimenten.

Laat kritieke scenario's aantonen met een beperkte proef. Gebruik representatieve uitzonderingen, zoals een gedeeltelijke levering of een order die een kredietlimiet overschrijdt.

Besteed aandacht aan verborgen bedrijfsregels: afspraken die medewerkers kennen, maar die nergens volledig zijn beschreven. Ook die moeten na de overgang blijven werken.

Verstandig investeren in je huidige omgeving

4 Bereid de overgang voor

Leg vast welke gegevens meegaan, hoe lopende orders worden behandeld en wat klanten moeten doen om de nieuwe omgeving te gebruiken.

Test de volledige afhandeling, inclusief uitzonderingen. Spreek af wie beslist over ingebruikname, wanneer je die uitstelt en hoe je terugvalt als iets misgaat. Controleer welke toegang je houdt tot gegevens, documentatie en koppelingen als je later van leverancier wilt wisselen.

Hoe beoordeel je het resultaat?

Kies meetpunten die passen bij de aanleiding. Bijvoorbeeld minder handmatige uitzonderingen, een snellere klanttaak of kortere doorlooptijden voor platformaanpassingen.

Neem bij de investeringsafweging ook continuïteit en onderhoudbaarheid mee. Niet iedere noodzakelijke verbetering vertaalt zich direct naar extra omzet.



ROUTE 4

Meer halen uit een goed werkend platform



Je klant zoekt verder. Pak jij het signaal op?

Je omgeving werkt. Bestellingen komen binnen en klanten kunnen veel zelf regelen. Je wilt weten waar de volgende kans ligt.
Misschien kunnen klanten sneller het juiste product vinden. Misschien wil je meer bezoekers helpen bij een offerteaanvraag. Of je ziet mogelijkheden om productadvies te ondersteunen met AI.
Begin met een concrete ambitie en onderzoek wat de klant daarvoor nodig heeft.

1 Kies een doel en leg de uitgangssituatie vast

Bepaal welke klanttaak of commerciële uitkomst je wilt verbeteren. Maak die keuze specifiek genoeg om te kunnen meten.

‘Meer doen met AI’ geeft weinig richting. ‘Klanten helpen een geschikt product te vinden op basis van hun toepassing’ maakt duidelijk welke taak aandacht verdient. Leg vast hoe die taak nu verloopt. Hoe vaak lukt het? Waar is ondersteuning nodig? Wat kost het klanten en medewerkers aan tijd?

Meer halen uit een goed werkend platform

2 Vergelijk de mogelijkheden

Gebruik cijfers om te ontdekken waar je verder wilt kijken. Bespreek daarna met klanten en medewerkers wat er achter die cijfers zit.

Signaal	Mogelijke kans of oorzaak	Wat je onderzoekt
Zoekopdrachten zonder resultaat	Klanten gebruiken andere termen of producten ontbreken.	Zoektermen, productgegevens en het assortiment.
Veel vragen na productbezoek	Informatie over toepassing of geschiktheid ontbreekt.	Klantvragen naast de productinformatie.
Weinig afgeronde offerteaanvragen	Bezoekers twijfelen over het aanbod of de aanvraag vraagt te veel werk.	De aanvraagroute en redenen om af te haken.
Terugkerende financiële vragen	Facturen, betaalstatus of kredietinformatie zijn onvoldoende toegankelijk.	Beschikbaarheid, actualiteit en toegangsrechten.

Een signaal kan meerdere verklaringen hebben. Herhaald productbezoek is bijvoorbeeld nog geen bewijs van koopintentie.

3 Test een gerichte verbetering

Kies een aanpassing die past bij wat je hebt onderzocht. Dat kan betere productinformatie zijn, een eenvoudiger aanvraagformulier of een andere zoekfunctie.

AI kan helpen bij zoeken in eigen woorden, productadvies of conceptantwoorden op servicevragen. Vergelijk die mogelijkheid met eenvoudigere aanpassingen en bepaal wat je wilt aantonen.

ROUTE 4

Meer halen uit een goed werkend platform

Mogelijke AI toepassing	Wat je vooraf regelt
Zoeken in eigen woorden	Goede productinformatie en echte zoekvragen waarmee je de resultaten beoordeelt.
Productadvies	Vastgelegde eigenschappen en geschiktheidscriteria, plus een route naar een medewerker bij twijfel.
Conceptantwoorden op servicevragen	Actuele broninformatie en afspraken over controle vóór verzending.

Een signaal kan meerdere verklaringen hebben. Herhaald productbezoek is bijvoorbeeld nog geen bewijs van koopintentie.

4 Meet het effect en organiseer beheer

Vergelijk de uitkomst met de uitgangssituatie. Heeft de klant minder tijd nodig? Vindt hij vaker het juiste product? Levert de toepassing extra controlewerk voor medewerkers op? Leg vooraf vast wanneer je doorgaat, bijstuurt of stopt. Wijs iemand aan die de informatie, werking en toegangsrechten blijft controleren.

Bij commerciële toepassingen maak je onderscheid tussen nieuwe leads en kansen binnen bestaande accounts. Spreek af welk signaal opvolging verdient en wie die opvolging verzorgt.

Hoe beoordeel je het resultaat?

Meet bijvoorbeeld succesvol afgeronde zoekopdrachten, gekwalificeerde offerteaanvragen of behandeltijd inclusief menselijke controle. Beoordeel of de verbetering de klant daadwerkelijk helpt en of de opbrengst opweegt tegen de kosten van gebruik en beheer.

Welke basis vraagt jouw volgende stap?



Je hoeft niet iedere digitale mogelijkheid tegelijk te ontwikkelen. Wel helpt het om te zien welke onderdelen van elkaar afhankelijk zijn.

Productadvies vraagt om goede productinformatie. Persoonlijke prijzen tonen vraagt om duidelijke klantafspraken en toegangsrechten. Zelfservice werkt alleen goed wanneer gegevens en afhandeling aansluiten op wat de klant ziet.

De digitaliseringsladder helpt die samenhang te beoordelen.

De digitaliseringsladder

	STAP	WAT JE ORGANISEERT	BELANGRIJKSTE AFWEGING
1	**Basisop orde**	**Processen, klantafspraken en productgegevens vastleggen.**	Welke gegevens en systemen zijn leidend?
2	**Digitale inzage**	**Prijzen, voorraad, documenten en orderstatus beschikbaar maken.**	Wat is openbaar en wat is klantgebonden?
3	**Bestellen en verwerken**	**Digitaal bestellen verbinden met de interne afhandeling.**	Hoe verwerken we alle bestelkanalen en uitzonderingen?
4	**Bredere zelfservice**	**Klanten offertes, facturen, retouren en accounts laten beheren.**	Welke handelingen besparen de klant tijd?
5	**E-commerce en groei**	**Productontdekking, klantwerving en online verkoop verbeteren.**	Wat hebben nieuwe kopers en vaste klanten nodig?
6	**Verbeteren en automatiseren**	**Gericht doorontwikkelen en passende AI inzetten.**	Wat levert aantoonbaar iets op?

Bedrijven kunnen op meerdere stappen tegelijk werken. Een goed ontwikkeld verkoopplatform kan bijvoorbeeld nog verbetering vragen in productgegevens of financiële zelfservice.

Gebruik de ladder om te bepalen wat jouw gekozen verbetering nodig heeft. Beveiliging, beheer en betrouwbare koppelingen horen bij iedere stap.

Vragen die bij iedere investering horen

01 Welke bron is leidend voor producten, prijzen, voorraad en klantafspraken? **(gegevens)**

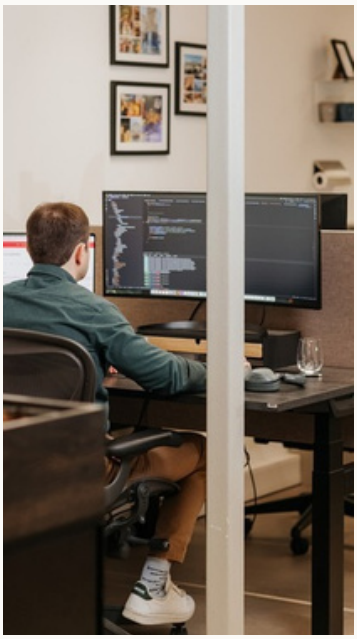
02 Welke informatie mag iedere organisatie en gebruiker bekijken of wijzigen? **(toegang)**

03 Hoe merken we dat informatie niet is bijgewerkt of een order niet is aangekomen? **(koppelingen)**

04 Wie handelt afwijkende prijzen, onvolledige orders en leverproblemen af? **(uitzonderingen)**

05 Wie is verantwoordelijk voor onderhoud, incidenten en het bijwerken van informatie? **(beheer)**

06 Hoe helpen we klanten en medewerkers om de nieuwe mogelijkheden te gebruiken? **(gebruik)**



Maak ook afspraken over wat de klant ziet als informatie tijdelijk ontbreekt. Een onduidelijke of verouderde status kan extra vragen oproepen.

Wat is de verbetering waard?

Klantcontactenper week × gemiddeldebehandeltijd in minuten × aantal werkweken ÷ 60 = uren per jaar.

Tel uitzoekwerk en correcties mee. Het resultaat is de huidige tijdsbesteding. Hoeveel daarvan vrijkomt, hangt af van de oplossing en het gebruik ervan.

Bij commerciële doelen kun je kijken naar afgeronde eerste orders, herhaalbestellingen of gekwalificeerde offerteaanvragen. Beoordeel ook de marge en extra kosten. Meer online omzet kan deels voortkomen uit bestaande orders die van kanaal veranderen.

Bij vervanging of onderhoud neem je daarnaast de gevolgen mee van uitstel, technische beperkingen en afhankelijkheid van leveranciers.

Kies vooraf één hoofdmeetpunt en enkele voorwaarden die overeind moeten blijven. Sneller bestellen mag bijvoorbeeld niet leiden tot meer foutieve orders.



Makkelijk voor elkaar. Goed voor je klant.

Vragen?

Telefoon +31 (0)73 234 07 33
Email hello@solvy.nl