

Stoner & Freeman

Bij de Stoner & Freeman methode om de macro omgeving in kaart te brengen wordt er gekeken naar 4 verschillende aspecten. Namelijk: Technologische -, Sociale-, politieke- en economische factoren. In dit onderzoek is er gekeken naar de verschillende aspecten in de wereld van Transportbanden.

Technische factoren

Bij de technologische factoren van Stoner & Freeman wordt er gekeken naar vernieuwde productieprocessen en het op de markt komen van nieuwe producten. Hierbij wordt gekeken naar het online gebied. Hierbij is het hebben van een website een technologisch factor wat naar gekeken moet worden. De website kan in verschillende vormen weergegeven worden. Zo kan de website alleen dienen voor informatie zoals BCK Holland op dit moment doet, maar kan het ook in de vorm van een webshop bevinden. Hiermee wordt de focus gelegd op het verkopen van zijn producten in plaats van het informatie verlenen aan de consument.

Trends voor de inhoud van de B2B websites zijn:

- Het design van de website verbeteren door de juiste content,
- Het automatisch veranderen van lay-out op het moment dat er via de telefoon de website wordt bezocht.
- Het gebruiken van plaatjes in plaats van tekst met daaronder een link voor de geïnteresseerde. (Regensburg, 2015)

Wat in de trends ook als is weergegeven is dat het gebruik van mobiel steeds groter wordt. In Nederland. De NOS meldt dat in onderzoeken van KPN, T-Mobile en Vodafone een stijging zit in het gebruik van mobiele datanetwerk. Dit percentage ligt bij zo rond de 80% vergeleken met het jaar daarvoor. (NOS, 2014)

Ook is het gebruik van social media een punt waar aandacht aan besteed moet worden. Het is namelijk zo dat in de B2B markt van de wereld 89% gebruik maakt van Twitter en Facebook en 88% gebruik maakt van LinkedIn. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van de verschillende functies van social media. Zo kan er gebruik worden gemaakt van het bereik voor de verkoop van transportbanden. Verder kan de social media gebruikt worden voor het onderhouden van een klantrelatie. Dit is op het gebied van B2B belangrijk. (Keulen, 2015)

Politieke factoren

Bij de politieke factoren heeft BCK Holland te maken met het aspect dat privacygegevens van de klant. Ook is het verplicht om op de website aan de bezoeker te vragen of de cookies onthouden mogen worden. Ook is auteursrecht een belangrijke factor. Er mag geen gebruik gemaakt worden van afbeeldingen of video's van andere zonder dat hier een licentie voor is afgesproken. Ook mag er bijvoorbeeld een gebruik gemaakt worden van drones voor het maken van beelden. (Vinkesteijn, 2015)

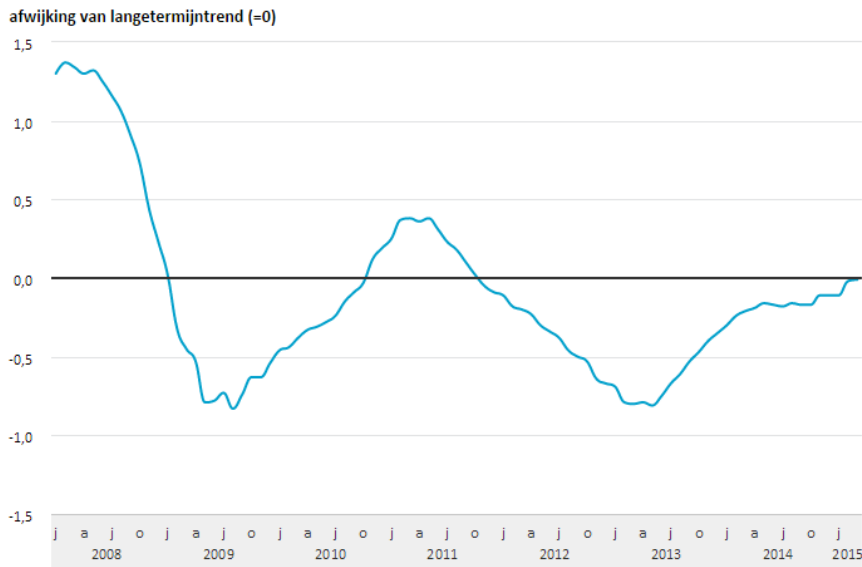
Ecologische factoren

Bij de ecologische factoren wordt er gekeken naar het maatschappelijk verantwoord ondernemen en wat het bedrijf doet met het milieu. Hierbij is een nieuwsitem naar boven gekomen met de titel "*Energiezuinige transportbanden dankzij speciaal rubber*". In dit item wordt naar voren gebracht dat door een toepassing van een nieuw soort rubber het energie gebruik van bandtransporteurs met de helft verminderd kan worden. Een quote uit het stukje:

"Het speciale rubber zorgt ervoor dat de transportband tijdens het lopen over de draagrollen minder wordt ingedrukt, waardoor de rolweerstand afneemt. Het energieverbruik van de bandtransporteur kan hierdoor met 40 tot 60 procent worden gereduceerd. Deze ontwikkeling is vooral van belang voor bedrijven waar veel lange bandtransporteurs draaien, zoals bulkterminals. Het onderzoek naar de energiezuinige transportbanden is uitgevoerd aan de TU Delft. (BULK, 2012)"

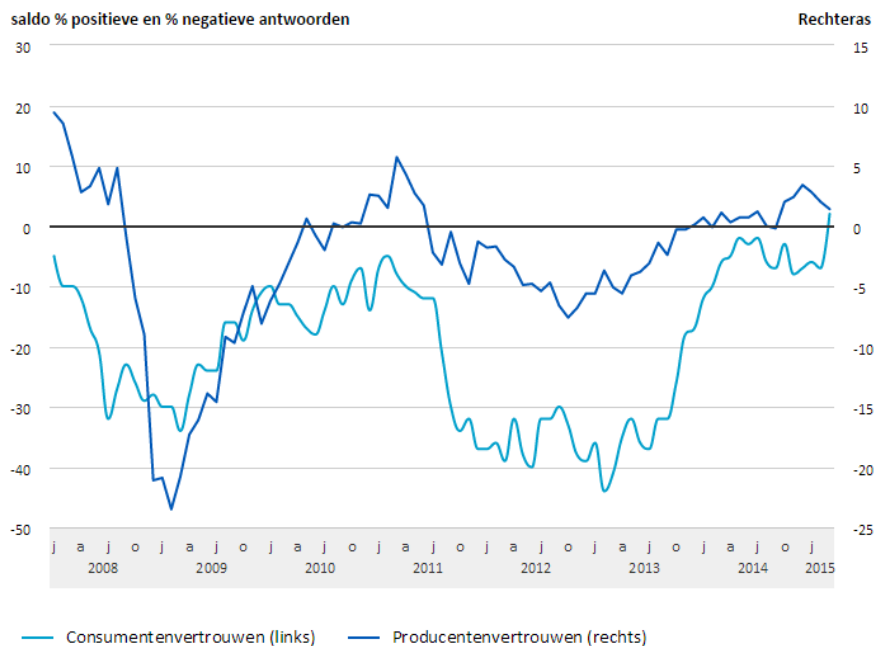
Economische factoren

Bij de economische factoren wordt er gekeken naar zaken zoals de conjunctuur, recessie, werkloosheid, etc. Na onderzoek in de cijfers van het Centraal Bureau Statistiek blijkt dat de conjunctuur sinds de zomer van 2013 een gestaagde groei heeft ondervonden. In het figuur hieronder kunnen de gegevens worden herzien. (CBS, 2015)



Figuur 1 Conjunctuurklokindicator (ongewogen gemiddelde van de 15 indicatoren in de Conjunctuurklok)

Daarnaast is er gekeken naar het consumentenvertrouwen. Na de economische crisis is het vertrouwen drastisch gedaald en op dit moment is er weer een groei te zien. (CBS, 2015)



Figuur 2 Consumenten - en producentenvertrouwen

Hieruit kan geconcludeerd worden dat er in totaal een lichte groei te vinden is in de economie. De consument en producent hebben meer vertrouwen en zijn eerder geneigd iets te investeren. Ook de export is gegroeid ten opzichte van 2014, wel te verstaan met 10%. Dit is de grootste groei sinds 2011. Ook de investering in vaste activa is gegroeid. Voor BCK Holland is dit dus een positief aspect. De machines die BCK Holland levert zitten in de vaste activa. (CBS, 2015)