

Fit for the Future rapport 2024: vertrouwen in bedrijven

Inzichten in de vertrouwenskloof en zakelijk succes



INHOUD

01	Van Fit for the Future naar meer succes	04
02	Fit for the Future onderzoek 2023	06
03	Wat maakt een bedrijf Fit for the Future?	08
04	Aantal Fit for the Future-bedrijven globaal en in Nederland	10
05	Hoe staat het met het vertrouwen in bedrijven?	13
06	Wat houdt vertrouwen in een bedrijf precies in?	14
07	Vertrouwen is essentieel voor onze samenleving én het bedrijfsleven	15
08	Waar draagt vertrouwen aan bij?	16
09	Toch ontstaat de vertrouwenskloof. Wat gaat er mis?	18
10	Kansen & toelichting factoren vertrouwen	19
11	De rol van technologie	20
12	Weet wat klanten willen: transparantie en veiligheid	21
13	Technologie speelt zeker een rol bij het versterken van vertrouwen	23
14	Conclusie: Hoe kunnen bedrijven vertrouwen versterken?	24

BELANGRIJKSTE INZICHTEN: VERTROUWEN IS CRUCIAAL VOOR ZAKELIJK SUCCES

Hoewel bedrijven vertrouwen serieus nemen, is er een aantoonbare vertrouwenskloof

De kloof tussen het vertrouwen dat bedrijven denken te hebben van hun klanten en het daadwerkelijke vertrouwen van hun klanten, is in Nederland net zo groot als wereldwijd. In vergelijking met de wereldwijde cijfers is het vertrouwen van zowel bedrijven als klanten in Nederland wel lager.

Bedrijven weten niet goed genoeg waar klanten waarde aan hechten

In Nederland onderschatten bedrijven hoe belangrijk de emotionele en menselijke elementen van bedrijfsvoering zijn voor klanten. Zoals iets terugdoen voor de bredere gemeenschap en het naleven van ethische normen en bedrijfspraktijken.

Technologie helpt bij het opbouwen van vertrouwen, maar niet zoveel als bedrijven denken

De impact van technologie op klantvertrouwen wordt door Nederlandse bedrijven juist overschat. Alleen als technologie echt iets toevoegt aan de customer journey en het contact met de klant, bijvoorbeeld met AI of betere beveiliging van gegevens, kan dit het vertrouwen versterken.

Fit for the Future-bedrijven presteren aanzienlijk beter dan hun concurrenten als het gaat om hun betrouwbaarheid

In Nederland beoordeelt 36% van de FFTF-bedrijven zichzelf als zeer betrouwbaar, vergeleken met slechts 13% van de overige bedrijven.

01

Van Fit for the Future naar meer succes

Vodafone Business helpt ondernemers succesvol te zijn in een wereld die steeds digitaal wordt. Dit begint met het verkrijgen van inzichten: wat bepaalt succes, nu en in de toekomst? Daarom onderzoeken we elk jaar wat bedrijven Fit for the Future (FFTF) maakt en waarom ze succesvoller zijn dan veel andere bedrijven. FFTF staat voor de fitheid en flexibiliteit waarmee bedrijven omgaan met innovatieve en digitale uitdagingen.

We checken elk kwartaal hoe goed bedrijven klaar zijn voor de toekomst. Dit doen we met een eigen index die gekoppeld is aan de financiële gezondheid, langetermijnstabiliteit en duurzaamheid van een bedrijf. Als bedrijven bovengemiddeld scoren op een aantal criteria, is hun kans op succes aantoonbaar groter.

02 Fit for the Future onderzoek 2023

Dit jaar staat het Fit for the Future-onderzoek in het teken van één thema: vertrouwen. Ons onderzoek werd uitgevoerd onder **ruim 2350 bedrijven in 10 landen wereldwijd**, waaronder **323 Nederlandse bedrijven**. In dit verslag richten we ons op de inzichten die vooral opvallend en relevant zijn voor de Nederlandse markt.

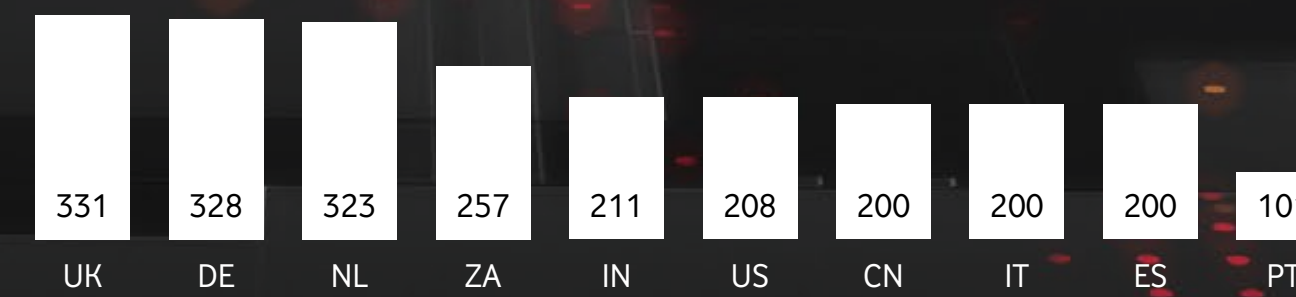
Kwalificatiecriteria

- De ondervraagde heeft invloed op beslissingen over de middellange- tot langetermijnstrategie van de organisatie.
- De ondervraagde vindt het belangrijk dat dingen in de toekomst gaan veranderen binnen de organisatie.
- De organisatie staat positief tegenover investeren in nieuwe technologie.

Aantal werknemers

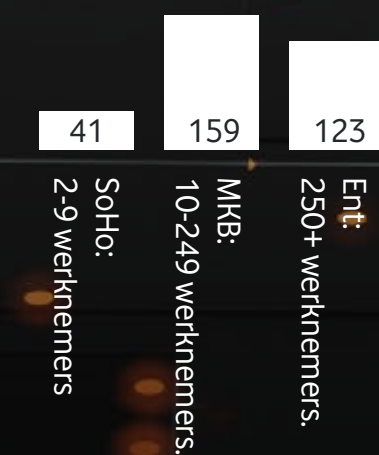
Eenmanszaken en bedrijven met één werknemer uitgesloten.

Land

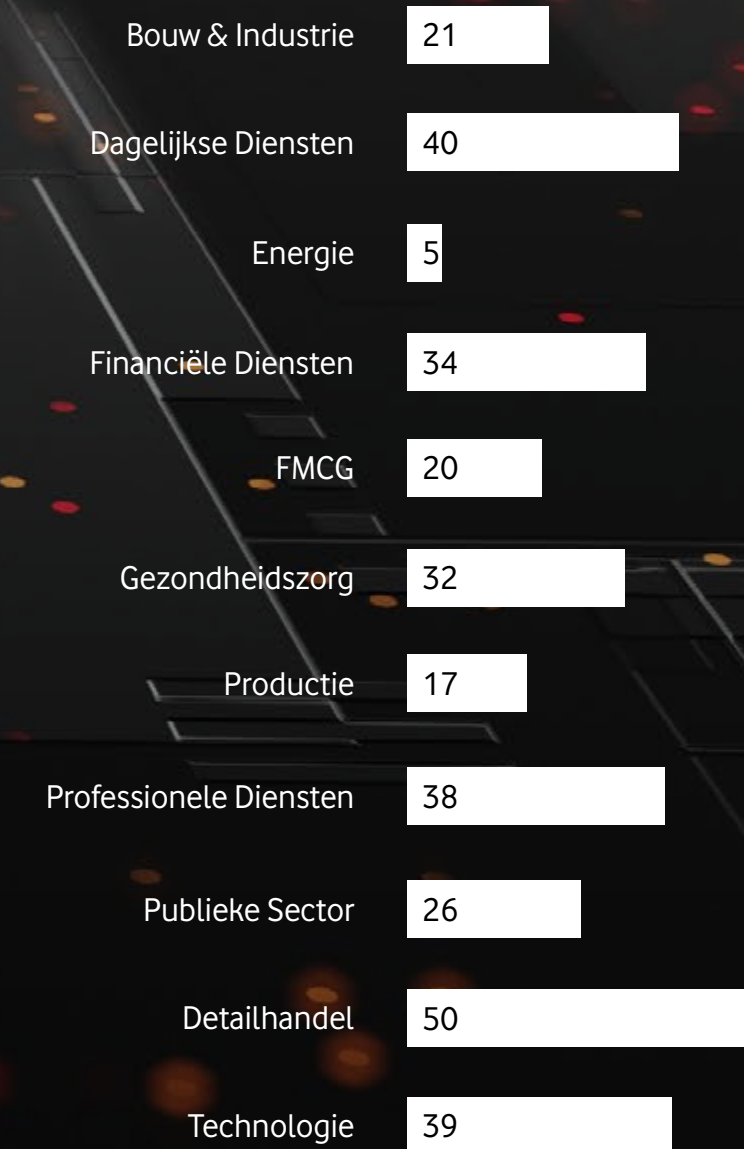


Aantal werknemers

Eenmanszaken en bedrijven met slechts één werknemer uitgesloten



Categorie/sector waarin gewerkt wordt



03

Wat maakt een bedrijf Fit for the Future?

Zes eigenschappen die deze bedrijven delen of nastreven

FIT FOR THE FUTURE

Deze zes factoren maken het verschil tussen succes en falen. FFTF-bedrijven reageren niet alleen op verandering, ze zien dit als een kans om nieuwe mogelijkheden en belevingen te creëren voor hun klanten en de samenleving.

In de afgelopen jaren zagen we die link tussen 'readiness' en succes bijvoorbeeld in de snelheid waarmee veel bedrijven hybride werken omarmden. Dit jaar was ons onderzoek specifiek gericht op één thema: vertrouwen. Hoe gaan bedrijven om met het groeiende de vertrouwenskloof? Er blijkt namelijk een groot verschil te zijn tussen hoe betrouwbaar bedrijven zichzelf vinden en het vertrouwen dat klanten daadwerkelijk in hen hebben.

Maar guess what: het onderzoek laat zien dat de Fit for the Future-bedrijven in hun markt en sector de outperformers zijn.



Flexibel

Ze reageren snel op trends of uitdagingen en brengen hun producten of diensten sneller op de markt dan andere bedrijven.

Gedetailleerde strategieën

Er zijn gedocumenteerde bedrijfsstrategieën voor de toekomst, gefinancierd en gebaseerd op cijfers.

Volgen nieuwe trends

Ze onderzoeken de krachten waaraan hun bedrijf onderhevig is. En krijgen hulp van opinieleiders.



Positieve instelling tegenover verandering

Ze zien verandering als een kans en zijn enthousiast over de toekomst.

Open voor nieuwe technologie

Ze begrijpen dat technologie zakelijke uitdagingen kan oplossen.

Plannen voor technologie

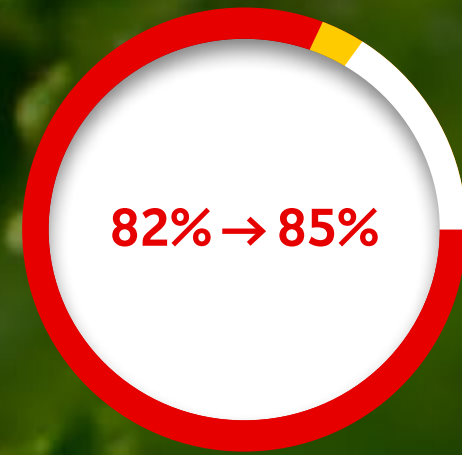
Ze hebben routekaarten voor technologische veranderingen in hun werkwijze.

04

Aantal Fit for the Future-bedrijven globaal en in Nederland

POSITIEF NIEUWS: HET AANTAL FFTF-BEDRIJVEN IN NEDERLAND STIJGT

Wereldwijd zien we een daling van de hoeveelheid Fit for the Future-bedrijven. Maar in Nederland is er dit jaar een toename te zien. De toename van het aantal FFTF-bedrijven in Nederland is te danken aan onderstaande ontwikkelingen in de bedrijfsvoering.



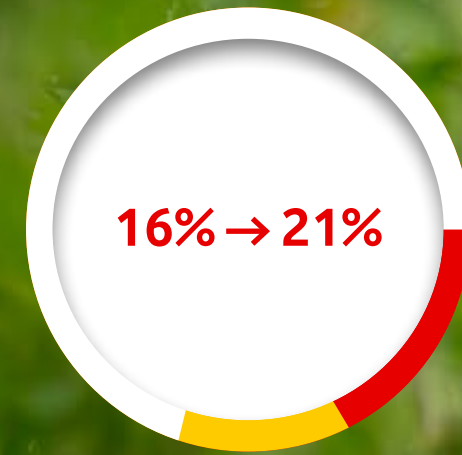
Bedrijven zijn **enthousiaster** over hun toekomst



Meer bedrijven **omarmen verandering**, in plaats van zich ertegen te verzetten



Meer bedrijven hebben **formeel gedocumenteerde bedrijfsstrategieën** ontwikkeld



En meer bedrijven hebben initiatieven en **budget gereserveerd voor digitale transformatie**

**MAAR ER IS NOG
VEEL TE WINNEN...**

05

HOE STAAT HET MET HET VERTROUWEN IN BEDRIJVEN?

Met ons wereldwijde FFTF-onderzoek brengen we in kaart hoe betrouwbaar bedrijven zichzelf vinden en hoe zich dit verhoudt tot het daadwerkelijke vertrouwen van hun klanten. Daarbij hebben we ons de volgende vragen gesteld:

- 1 Wat houdt vertrouwen in een bedrijf precies in?
- 2 Wat veroorzaakt de vertrouwenskloof?
- 3 Kan technologie vertrouwen versterken?



06

WAT HOUDT VERTROUWEN IN EEN BEDRIJF PRECIES IN?

De bereidheid om op een andere partij te vertrouwen in onzekere situaties. En om je kwetsbaar op te stellen voor een gezamenlijk voordeel.

07 VERTROUWEN IS ESSENTIEEL VOOR ONZE SAMENLEVING ÉN HET BEDRIJFSLEVEN



Veel vertrouwen gaat vaak gepaard met positieve resultaten

Het World Economic Forum linkt vertrouwen binnen de samenleving aan minder geweld, grotere politieke stabiliteit en een betere gezondheid.

Deloitte Insights merkt ook op dat toenemend vertrouwen de jaarlijkse groei van het BBP per hoofd van de bevolking verhoogt.



Toch raakt de wereld steeds meer gepolariseerd en lijkt het vertrouwen minder te worden

Een gebrek aan vertrouwen en begrip tussen het publiek en de mainstream nieuwsmedia heeft bijvoorbeeld bijgedragen aan spraakmakende rellen en de opkomst van complottheorieën.

Zoals mooi omschreven in het World Economic Forum: *“De aanwezigheid van vertrouwen wordt vaak niet opgemerkt. Maar het gebrek ervan is niet te missen.”*



Volgens onderzoek van Edelman zijn bedrijven de meest betrouwbare instellingen

Bedrijven worden van alle instellingen het meest als ethisch, bekwaam en betrouwbaar gezien (*uit de Edelman Trust Barometer*).

Toch riskeren bedrijven om het vertrouwen van hun klanten te verliezen, doordat ze onderschatten hoe belangrijk de emotionele en menselijke elementen van bedrijfsvoering zijn voor klanten.

08

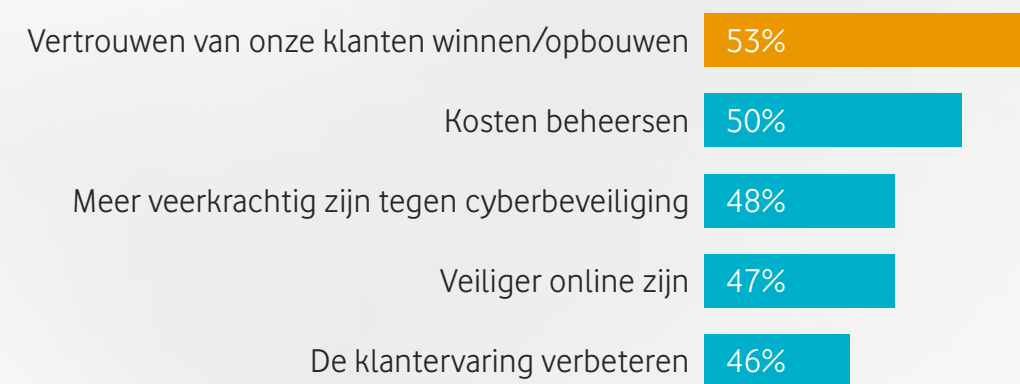
**WAAR DRAAGT
VERTROUWEN AAN BIJ?**

VERTROUWEN DRAAGT BIJ AAN ZAKELIJK SUCCES

Bedrijven nemen vertrouwen serieus

Op een lijst van vijftien initiatieven werd ‘klanten-vertrouwen winnen en opbouwen’ het vaakst genoemd als een belangrijk aandachtspunt voor de organisatie. Dit geeft aan dat bedrijven het belang van betrouwbaarheid erkennen. In Nederland heeft 19% van de bedrijven al initiatieven voltooid en nog eens 35% wil snel vooruitgang boeken.

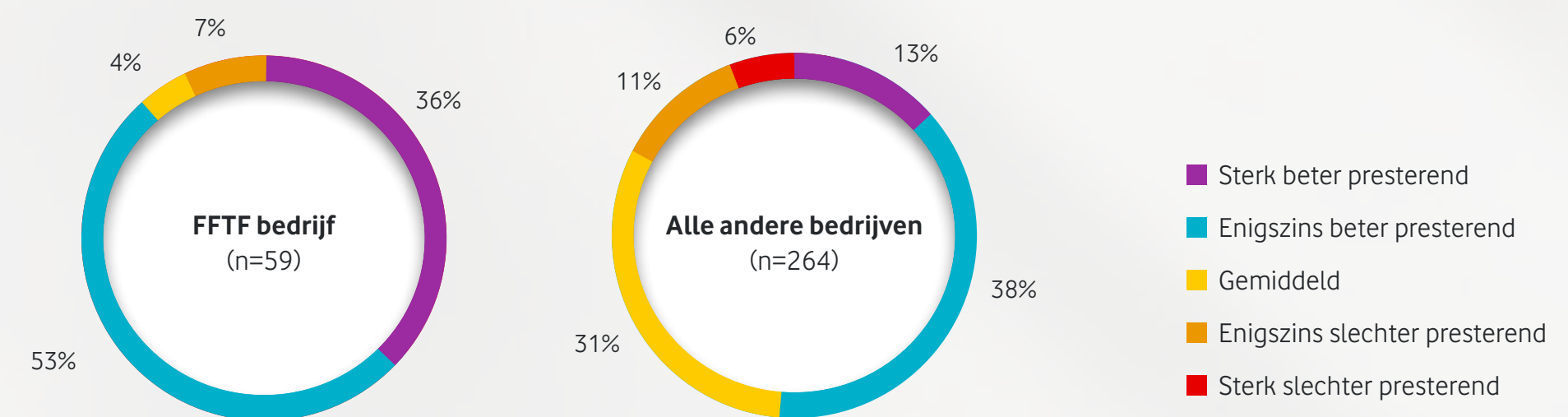
Vraag: Hoeveel vooruitgang moet uw organisatie boeken met deze initiatieven?



We zien dat FFTF-bedrijven aanzienlijk beter presteren dan de concurrentie als het gaat om hun betrouwbaarheid.

In Nederland beschouwt 36% van de FFTF-bedrijven zichzelf als duidelijke voorloper op de concurrentie, vergeleken met slechts 13% van de overige bedrijven.

Vraag: Hoe betrouwbaar vindt u uw organisatie in vergelijking met soortgelijke concurrenten?



09 TOCH ONTSTAAT DE VERTROUWENSKLOOF. WAT GAAT ER MIS?

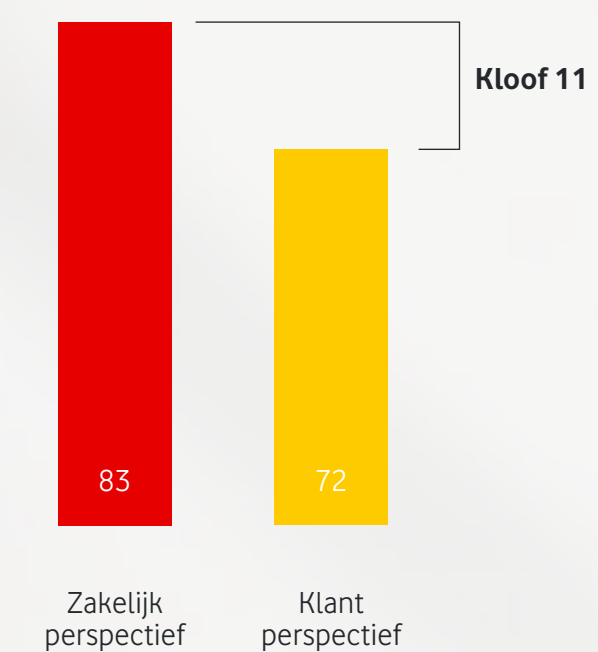
Klanten hebben niet zo'n groot vertrouwen in bedrijven als bedrijven veronderstellen

We hebben een vertrouwensscore ontwikkeld op basis van verschillende criteria en pijlers. Hiermee hebben we de verwachtingen van bedrijven vergeleken met het daadwerkelijke vertrouwen dat consumenten in hen hebben. Het resultaat toont een duidelijk verschil: het vertrouwen van klanten ligt lager dan bedrijven verwachten.

Deze kloof is in Nederland hetzelfde als op wereldniveau. Maar in vergelijking met de wereldwijde scores is het vertrouwen dat door bedrijven en klanten wordt gerapporteerd, lager in Nederland.

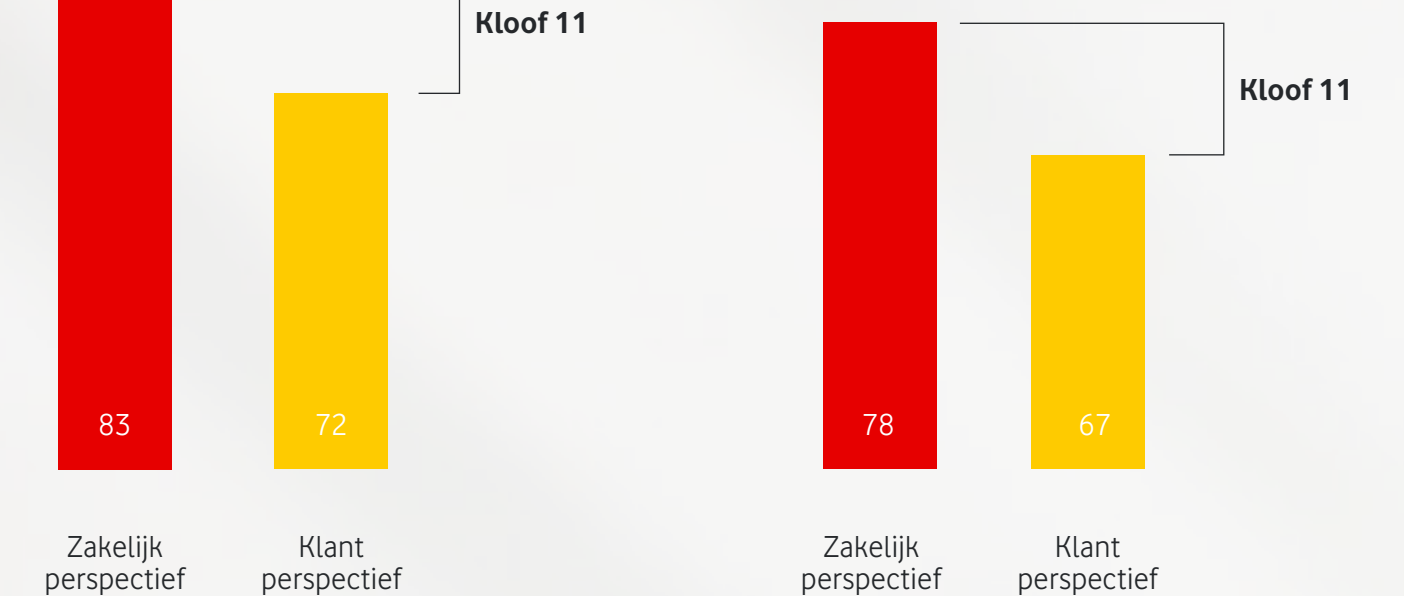
Vertrouwensindexscore (uit 100) Wereldwijd:

Bedrijven gaven aan hoeveel vertrouwen hun klanten volgens hen in de organisatie hebben.



Vertrouwensindexscore (uit 100) – Nederland:

Bedrijven gaven aan hoeveel vertrouwen hun klanten volgens hen in de organisatie hebben.



10 KANSEN & TOELICHTING FACTOREN VERTROUWEN

Waar liggen de kansen?

Veel bedrijven onderschatten een aantal waarden die klanten echt belangrijk vinden, zoals menselijkheid, consistentie, afstemming en tevredenheid. Juist deze factoren versterken het vertrouwen in een bedrijf en kunnen helpen om de vertrouwenskloof te verkleinen.

Bedrijven die deze behoeften serieus nemen, bouwen sneller vertrouwen en succes op. Fit for the Future-bedrijven lopen hierin voor op hun concurrenten.

Belangrijke factoren voor vertrouwen die wereldwijd door bedrijven onderschat worden

- **Menselijkheid**

Klanten waarderen bedrijven die het belang inzien van vriendelijkheid en liefdadigheid en iets 'terugdoen' voor de gemeenschap. Ook loyaliteit versterkt de vertrouwensband.

- **Consistentie**

Een consistente en vriendelijke klantenservice via verschillende kanalen is belangrijk voor klanten. Technologie kan dit bevorderen.

- **Afstemming**

Hoewel ethische normen het belangrijkste zijn bij afstemming, is het in deze tijd nog steeds een onderwerp dat door bedrijven wordt onderschat.

- **Tevredenheid**

Voor optimale klanttevredenheid moet een bedrijf voldoen aan de verwachtingen: goede producten en diensten leveren en uitblinken in de eerdergenoemde waarden.

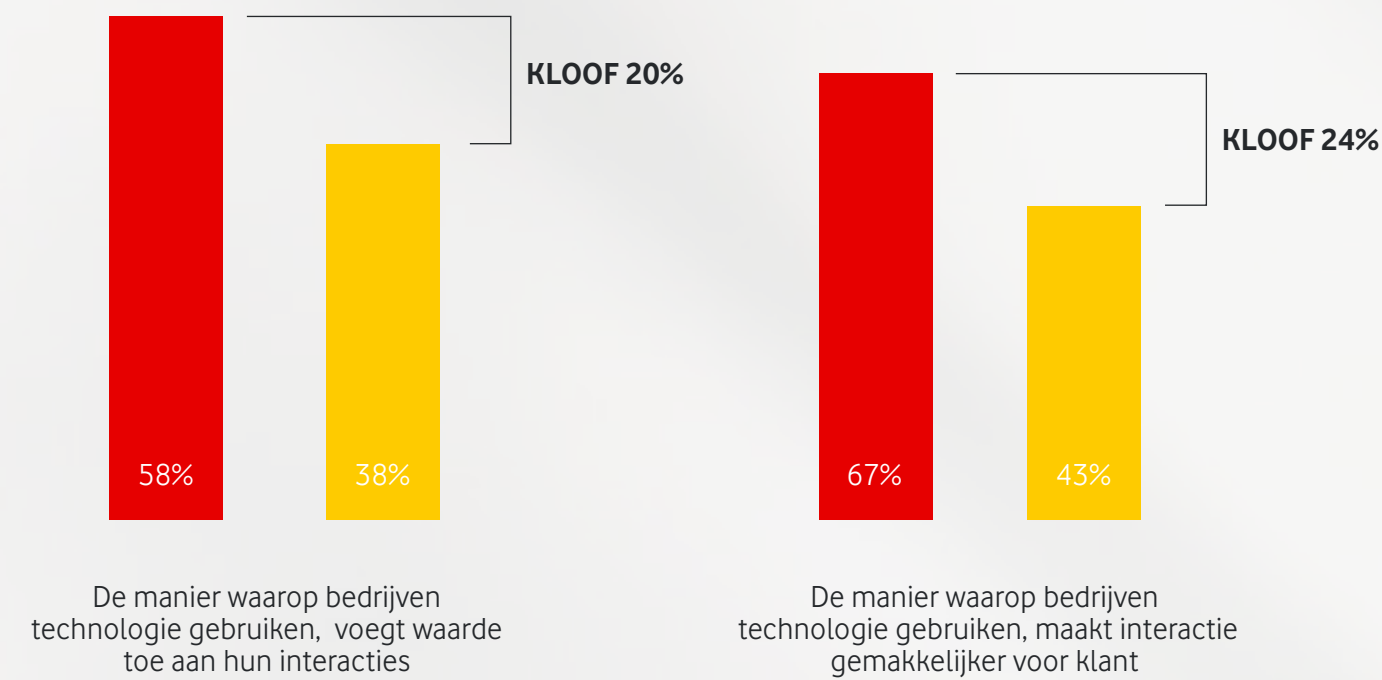
11

DE ROL VAN TECHNOLOGIE

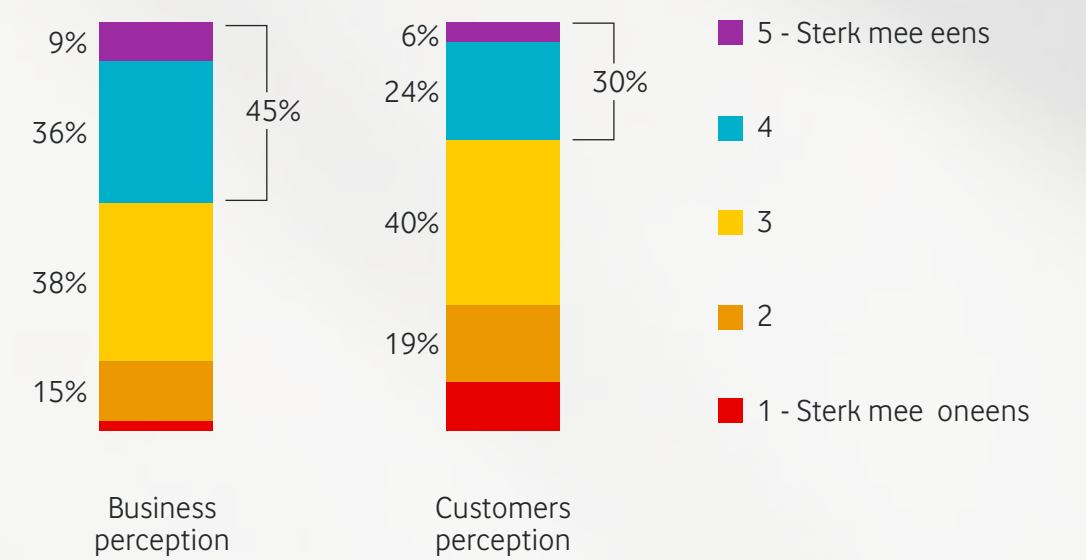
Kan technologie vertrouwen versterken?

Er wordt vaak gesuggereerd dat technologie het vertrouwen in bedrijven schaadt. Bijna de helft van alle klanten denkt dat ze controle verliezen als een organisatie nieuwe technologieën invoert. En er zijn meer obstakels waar bedrijven mee worstelen.

Bedrijven overschatten hoeveel waarde en gemak technologie toevoegt aan hun contact met klanten.



En bedrijven overschatten hoeveel vertrouwen het gebruik van technologie hun klanten geeft.



12

WEET WAT KLANTEN WILLEN: TRANSPARANTIE EN VEILIGHEID



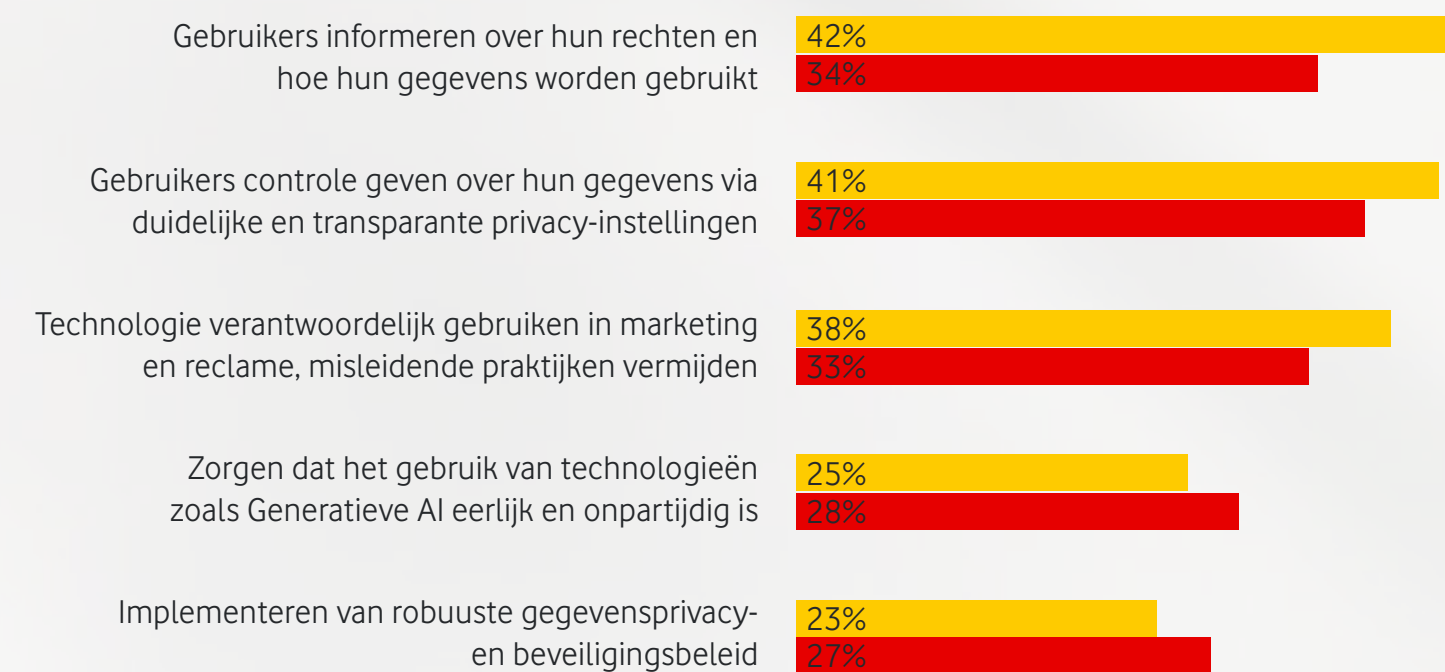
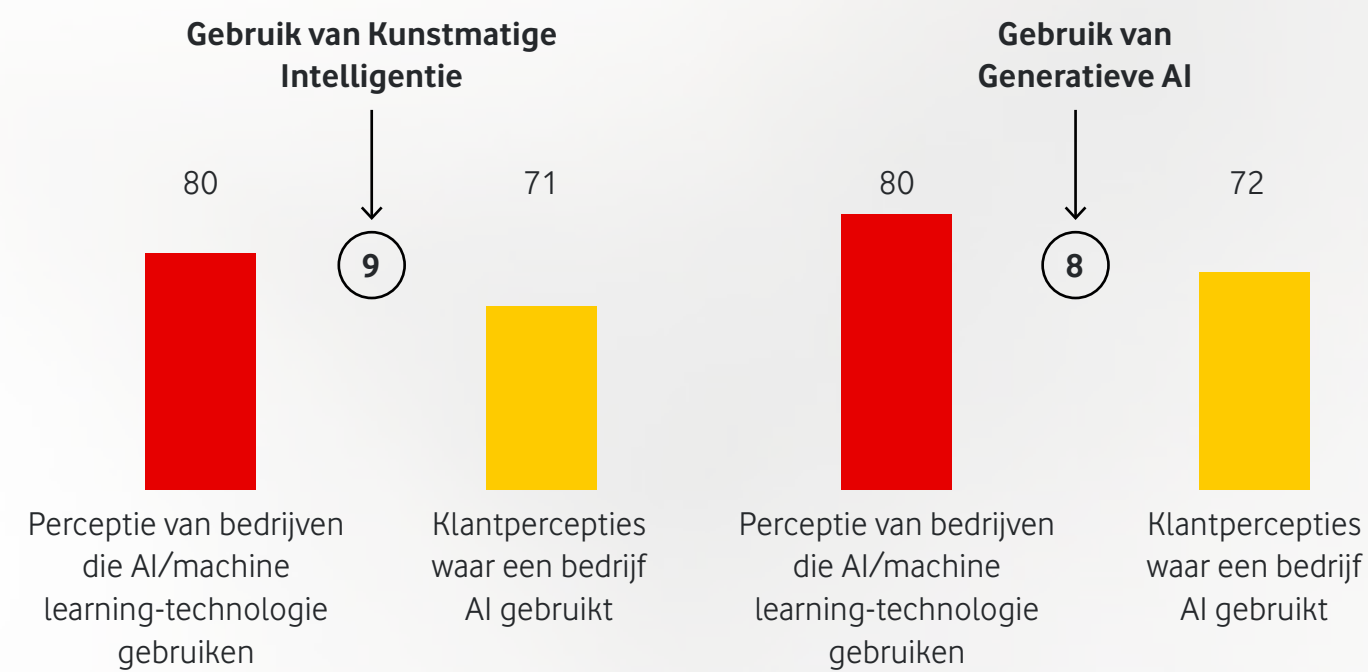
Uit ons onderzoek blijkt dat veel bedrijven niet goed weten wat klanten belangrijk vinden als het gaat om veiligheid en hoe dit vertrouwen versterkt. Hier ligt een duidelijke kans voor verbetering. Klanten verlangen vooral transparantie over het gebruik van hun persoonlijke gegevens en willen controle houden over die gegevens.

Ook AI kan helpen de vertrouwenskloof te dichten

Klanten hebben zeer uiteenlopende meningen over specifieke technologieën.

Vraag: geef op de schaal aan welke van de twee stellingen het beste bij u past (zou elk van deze technologieën u meer of minder vertrouwen in een organisatie geven?)

De vertrouwenskloof is kleiner voor bedrijven die deze AI-technologieën gebruiken, in vergelijking met de algemene kloof in vertrouwen tussen bedrijven en klanten in Nederland.



Als technologie echt iets toevoegt aan de customer journey en het contact met de klant, kan dit helpen om vertrouwen op te bouwen.

13

TECHNOLOGIE SPEELT ZEKER EEN ROL BIJ HET VERSTERKEN VAN VERTROUWEN

Technologie kan de klantbeleving verbeteren

Het stimuleert vertrouwen en beïnvloedt andere aspecten zoals productinnovatie, goede communicatie en een betrouwbare klantenservice.

Geavanceerde technologie kan gegevensbeveiliging verbeteren

Hoewel bedrijven steeds meer het belang van cybersecurity inzien, blijkt hier veel behoefte aan te zijn. Klanten willen controle en rechten over hun eigen gegevens.

AI kan bijdragen aan het opbouwen van vertrouwen

Als AI (en Gen AI) effectief wordt gebruikt, kan het een kleine bijdrage leveren aan het kleiner maken van de vertrouwenskloof.

Technologie kan helpen om andere uitdagingen aan te pakken

In Nederland is het voor bedrijven bijvoorbeeld belangrijk om flexibeler te zijn, sneller te reageren, en zich goed te beschermen tegen cyberdreigingen.

Maar er is méér dan technologie

Nederlandse bedrijven overschatten vaak de waarde van technologie en het vertrouwen dat ze bij klanten opwekken. Daarom is het belangrijk om technologie effectief te gebruiken, slim in te spelen op kansen en aandacht te besteden aan andere factoren die het vertrouwen versterken.

14 CONCLUSIE: HOE KUNNEN BEDRIJVEN VERTROUWEN VERSTERKEN?

Bedrijven kunnen de bestaande de vertrouwenskloof dichten door beter in te spelen op de echte waarden en behoeften van hun klanten, zoals de emotionele en menselijke aspecten van bedrijfsvoering. Aandacht voor ethische normen en maatschappelijke betrokkenheid blijkt voor hen heel belangrijk te zijn. Hoewel technologie een waardevolle rol kan spelen in het opbouwen van vertrouwen, wordt het effect vaak overschat. Voor maximale impact moet technologie op de juiste manier ingezet worden en waarde toevoegen aan de customer journey. Bijvoorbeeld door innovatieve AI-toepassingen of geavanceerde gegevensbeveiliging.

Fit for the Future-bedrijven lopen voorop

Fit for the Future-bedrijven laten zien dat een sterke focus op betrouwbaarheid en klantgerichte innovaties het klantvertrouwen vergroot. Door consistent te investeren in technologie en ethiek en zorgvuldig klantrelaties te onderhouden, overtreffen ze hun concurrenten. Deze aanpak verhoogt hun weerbaarheid en helpt hen een blijvende voorsprong te behouden in een wereld die steeds verder digitaliseert.

Fit for the Future-bedrijven creëren sterkere vertrouwensbanden met hun klanten en vertalen dit direct naar meer succes.

