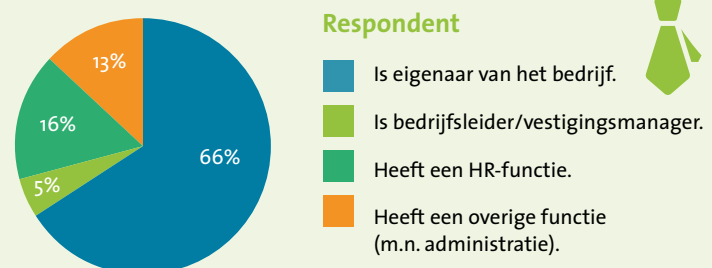
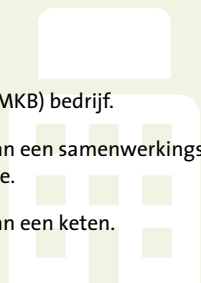
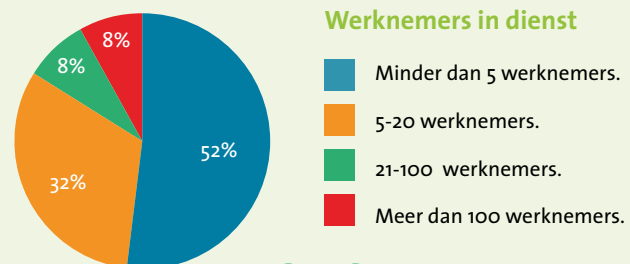
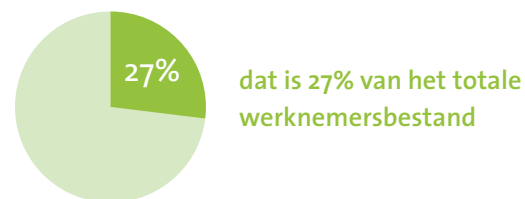


Respons en achtergrondkenmerken bedrijven

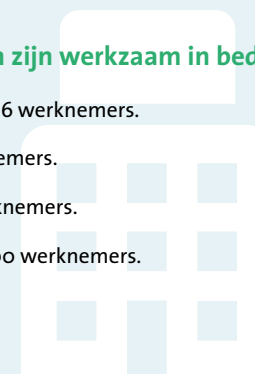
62 werkgevers hebben de enquête ingevuld hier werken **6.998 werknemers**



Respons en achtergrondkenmerken medewerkers

477 werknemers hebben de enquête ingevuld.

Dit is een voldoende groot aantal voor een betrouwbaar inzicht in de mening van medewerkers in de branche.



De respondenten zijn met name werkzaam in grotere bedrijven.

De respondenten hebben voornamelijk een verkoop- of leidinggevende functie.



57% 57% van de respondenten werken al langer dan 5 jaar in de branche.



22% 22% van de respondenten werkt korter dan 1 jaar in de branche.

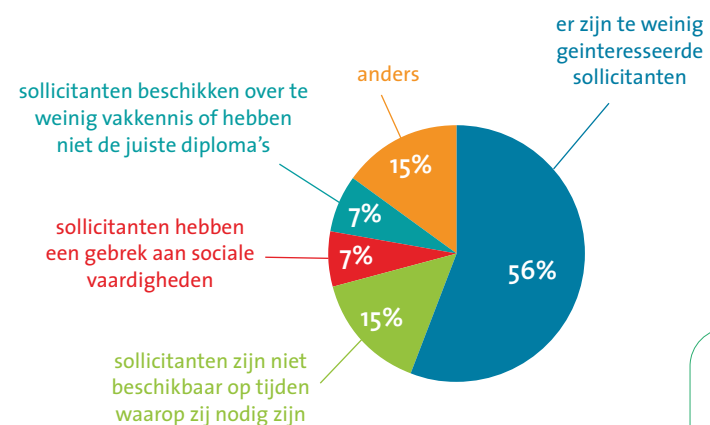
66% van de respondenten heeft momenteel te maken met **openstaande vacatures**. **66%**
NB: Het vragenlijstonderzoek heeft nog vóór de corona-crisis plaatsgevonden.

De top 3 van bronnen voor instroom:

1. Instream vanuit **bedrijven binnen de elektrotechnische detailhandel**.
2. Instream rechtstreeks van **school**.
3. Instream vanuit **bedrijven buiten de elektrotechnische detailhandel**.



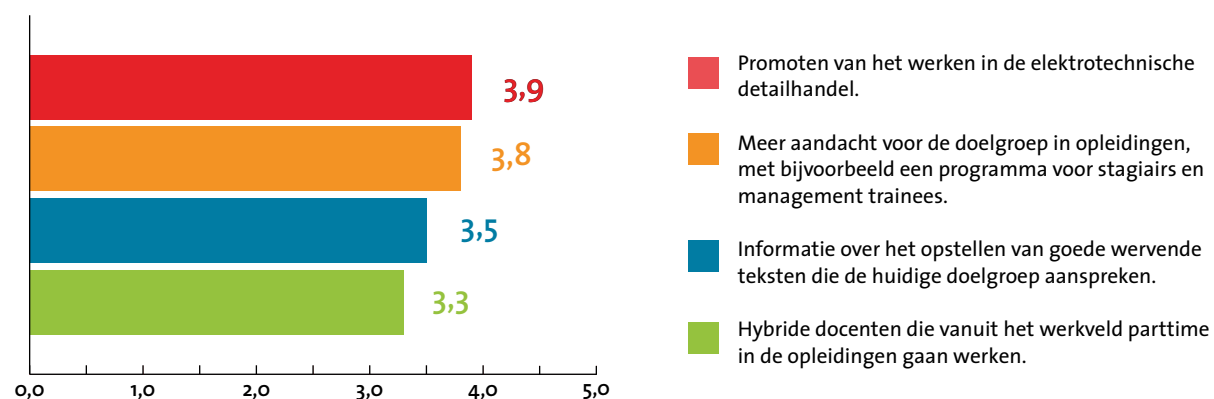
Ervaren redenen voor moeilijk vervulbare vacatures.



Het merendeel van de werkgevers richt zich op jonge medewerkers: schoolverlaters en jongeren die een bijbaan zoeken naast hun studie.

Alle werkgevers geven aan dat het belangrijkste is dat potentiële nieuwe medewerkers **sociale vaardigheden** bezitten en **goed kunnen omgaan met klanten**. De rest (productkennis/technische kennis) is bij te brengen. Zij nemen dan ook het liefst mensen aan die klantervaring hebben opgedaan in sectoren als de horeca of retail.

Welke maatregelen zijn wenselijk om de instroom te bevorderen.



Gemiddelde op een schaal van 1 (helemaal niet wenselijk) tot 5 (heel wenselijk)

72% van de respondenten heeft momenteel te maken met **uitstroom van medewerkers**. **72%**
NB: Het vragenlijstonderzoek heeft nog vóór de corona-crisis plaatsgevonden.

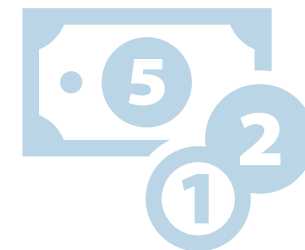
Top 3 redenen van uitstroom:

1. Medewerker wil in een **andere sector** werken.
2. Medewerker ervaart **onvoldoende doorgroeimogelijkheden**.
3. Medewerker is **onvoldoende gemotiveerd of onvoldoende geschikt voor het werk**.

Als belangrijkste redenen voor uitstroom worden door de geïnterviewde werkgevers benoemd: salaris, meer uitdaging, ergens anders hogerop kunnen, klaar met de studie en willen werken op kantoor tijden.

Medewerkers stromen uit naar:

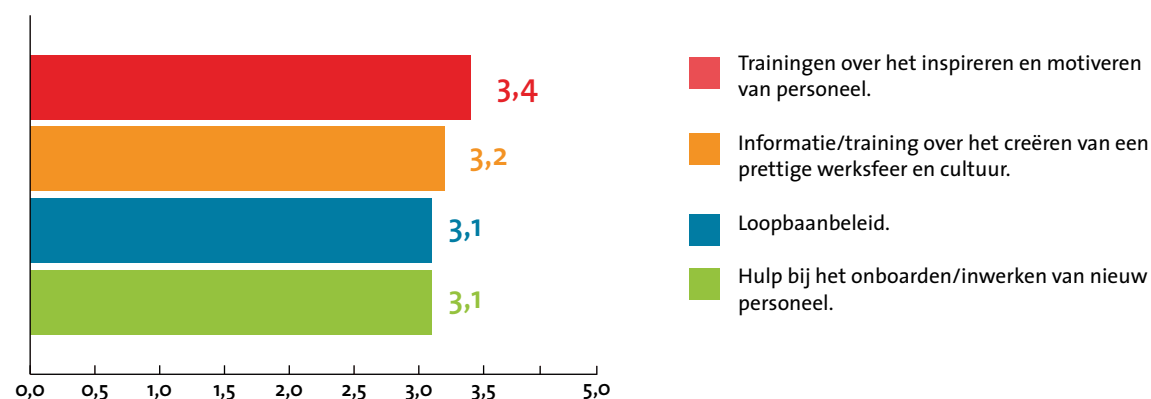
- Leveranciers, fabrikanten, promotoren.
- Commerciële functies in grotere bedrijven, verkoop binnendienst en buitendienst.
- Naar een provider of een netwerk.
- Zelfstandige (monteurs).



Maatregelen die bedrijven treffen om uitstroom tegen te gaan.

1. Gunstige arbeidsvoorwaarden bieden.
2. Opleidingsmogelijkheden bieden.
3. Bonussen bieden.

Waarmee zou OFED bedrijven kunnen ondersteunen?



Gemiddelde op een schaal van 1 (helemaal niet wenselijk) tot 5 (heel wenselijk)

De fysieke winkel

De meerwaarde van fysieke winkel ten opzicht van online winkels

- Expertise en advies verkoper.
- Extra service.
- Het product zelf kunnen zien en in handen houden.
- Het betrouwbare imago van de winkel.
- Jarenlange opbouw relatie met klant.
- Het sociale aspect van de fysieke winkel.



Maatregelen die worden getroffen om klanten aan de fysieke winkel te binden:

- Een hoge en persoonlijke serviceverlening aan klanten in de winkel.
- After sales en het actief benaderen van klanten via crm systemen.
- Het organiseren van lokale acties /evenementen en overige vormen van het creëren van beleving in de winkel.
- Eigen technische dienst en bezorgen/repareren/installeren aan huis.
- Collect@store mogelijkheid bieden.

Waar kan OFED bij helpen?

- Trainingsmateriaal of informatie gericht op klantbeleving en hospitality.
- Voorbeelden uit andere branches delen.
- Meerwaarde van fysieke winkel mee helpen uitdragen.
- Wijzen op service en zekerheid.

“De grootste meerwaarde van de fysieke winkel ten opzichte van online winkels ligt in expertise en advies verkoper.”

De online winkel

De meerwaarde van online winkel ten opzicht van fysieke winkels

- Goede voorlichting.
- Lagere prijzen.
- Snellere levering.
- Een groter assortiment/voorraad.
- 24 uur per dag open.



Maatregelen die worden getroffen om klanten aan de online winkel te binden:

- Het gebruik van de website in de fysieke winkel.
- Nieuwsbrieven.
- Gebruik van platforms zoals YouTube en Tweakers.
- De inzet van SEO/SEA.

Waar kan OFED bij helpen?

Vanuit OFED wordt vooral ondersteuning verwacht ten aanzien van **trainingsmateriaal of informatie gericht op klantbeleving en hospitality aan bijvoorbeeld de telefoon of live chat.**

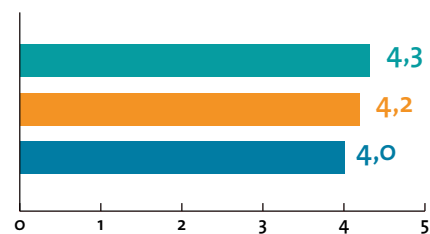
50%

De helft van de bedrijven met een online winkel treft maatregelen om klanten te stimuleren in de online winkel te winkelen.

“De meerwaarde van de online winkel ligt in goede voorlichting en lagere prijzen.”

Beleving branche en vak

Het mooiste aan het werken in de branche

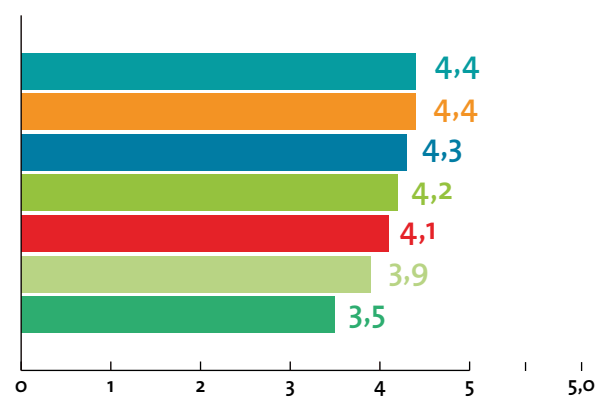


Gemiddelde op een schaal van 1 (zeer oneens) tot 5 (zeer eens)

- Als eerste de nieuwste gadgets en technische vernieuwingen zien.
- Het leven van mensen makkelijker maken met techniek.
- Het bezoeken van de winkel is voor mensen die van technische snufjes houden een uitje.



Het mooiste aan het werken in het vak



Gemiddelde op een schaal van 1 (zeer oneens) tot 5 (zeer eens)

- Het contact met de klant.
- De collegialiteit.
- Bijblijven met de nieuwste technieken.
- De sfeer in het bedrijf.
- Verkopen is voor mij een sport.
- Veel training en ontwikkeling.
- Doorgroeimogelijkheden.



“Medewerkers vinden het contact met klanten en het halen van targets het leukste aan het vak.”

OFED vanuit werkgevers

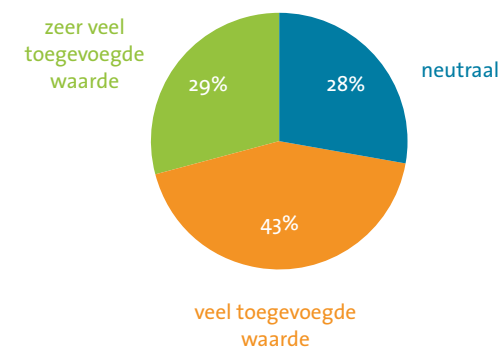
29% is vervolgens eveneens bekend met de OFED Academy app.

Een ruime meerderheid van de bedrijven die bekend is met de OFED Academy (63%) geeft aan dat hun medewerkers er ook gebruik van maken.



30% Ruim 30% van de bedrijven geeft aan goed bekend te zijn met het aanbod van OFED.

Toegevoegde waarde van de app volgens werkgevers



Top drie van nieuw toe te voegen trainingen.

1. Trainingen gericht op persoonlijke vaardigheden.
2. Technisch inhoudelijke trainingen.
3. Trainingen gericht op leiderschap.

Suggesties voor OFED Academy App vanuit werkgevers

- Vooral gericht op de basis, ook voor een hoger niveau aanbieden.
- Meer aanbod voor witgoed, portable audio, computers.

Ideeën voor trainingen:

- Nieuwe producten en terminologie.
- Presenteren van producten, vormgeving van de winkel.
- Social media training voor mkb-ers.
- Training voor groeiende ondernemers.
- Productkennis: Portable audio, computers, witgoed.
- Inspiratie uit andere branches, bijv. uit de hotelomgeving.

Ruim de helft (58%) van de respondenten is bekend met de OFED Academy App. Van deze groep maakt 88% hier ook gebruik van. Hetzij via een eigen app (59%), hetzij via de app van de werkgever (41%).

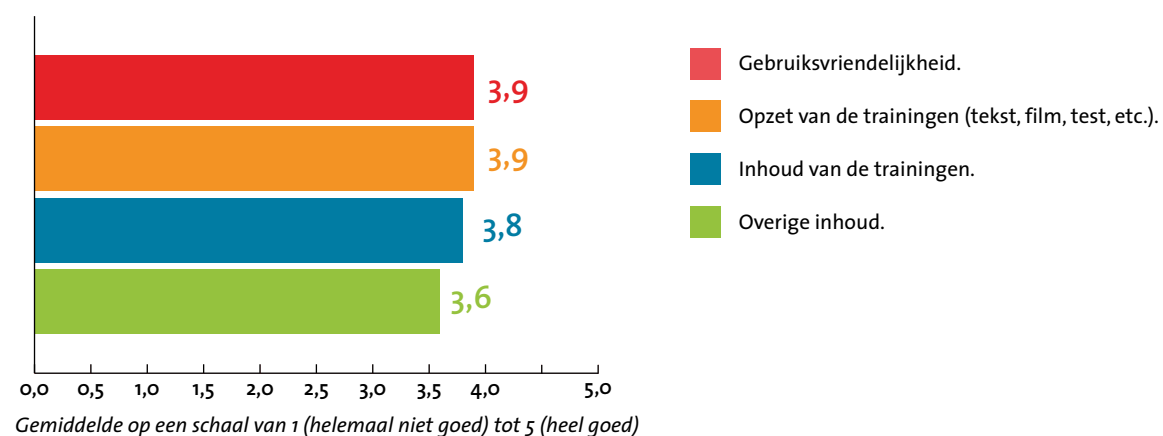
De Academy App wordt met een gemiddeld rapportcijfer van een 7,8 beoordeeld. Medewerkers die langer dan 5 jaar werken in de branche zijn beduidend positiever (8,0) dan de medewerkers die er korter werken (7,5).



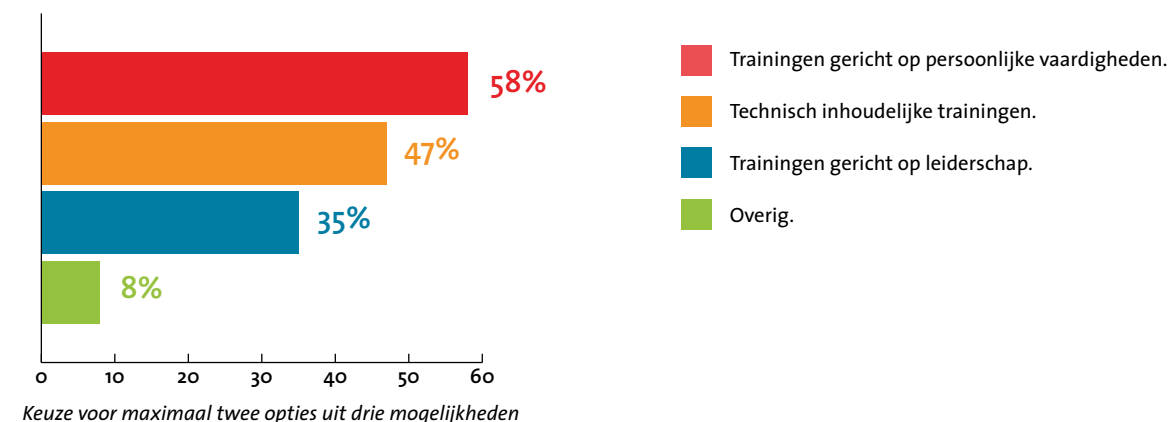
58% van de respondenten is bekend met de OFED Academy App



Dit zeggen medewerkers over de Academy app



De meeste respondenten kiezen voor **trainingen gericht op persoonlijke vaardigheden**, **technisch inhoudelijke trainingen en vaardigheden**, **technisch inhoudelijke trainingen** en **trainingen gericht op leiderschap** als toevoegingen aan het Academy App aanbod.



- Medewerkers zijn erg positief over de app: de app is overzichtelijk, uitdagend, leerzaam en het gaming element wordt gewaardeerd.
- De trainingen worden gezien als laagdrempelig, door de lengte ervan en het gebruik van filmpjes.
- Ze gebruiken de app het meest voor productkennis. Dit zijn vooral de trainingen van leveranciers.

Suggesties voor OFED Academy App vanuit werknemers

Suggesties van medewerkers om de app te verbeteren:

1. Nog meer challenges mogelijk maken via de app.
2. Het koppelen van de app aan een soort beloningssysteem, waarmee medewerkers met korting producten uit de winkel kunnen aanschaffen.
3. Melding krijgen als er een nieuwe module is.

Ideeën voor trainingen:

1. Verkopers die naar eerste verkoper willen doorgroeien.
2. Open vragen kunnen stellen.
3. Hoe werk je aan je doelen, processen en interne werkwijzen in de winkel.