

**Middelgrote bedrijven lijken bij het kiezen van een dito IT-leverancier** vaak nogal kort door de bocht te werk te gaan. Een bredere 'uitvraag' zou de kans op scherper geprijsde offertes of spitsvondiger oplossingen vergroten. Maar hoe kom je tot een niet al te korte, maar evenzogoed geloofwaardige shortlist? Zeven, veelal nieuwe sites bieden hulp.

door: ROLF ZAAL / R.ZAAL@AUTOMATISERINGGIDS.NL

Bedrijven vaak te laconiek in keuze van IT-leverancier

# 7 'dating-sites' voor midden- en kleinbedrijf



beeld: DE BEELDREDAKTIE / BAS BEENTJES

**GIJSBERT BRUNT, AVOCaat EN MEDIATOR:**  
 "IT IS VAAK TE COMPLEX. JE KUNT VAN EEN MIDDELGROTE OPDRACHTGEVER EIGENLIJK NIET VERWACHTEN DAT HIJ KAN OVERZIEN WAT VOOR HEM DE BESTE IT-OPLOSSING IS."

**T**op 100-bedrijven doen het met top 100-bedrijven. Dus als er weer eens een miljoendeal boven de markt hangt, dan hebben leveranciers en opdrachtgever elkaar vaak al een jaar of langer in het vizier. Maar als je een middelgroot bedrijf bent, en je wilt een innovatief businessplan goed en niet al te duur vertaald zien in een IT-oplossing ... hoe vind je dan een IT-leverancier die waarmaakt wat hij belooft? Eén die ook ná het tekenen van het contract blijft doorvragen over jouw business? Vaak is het opstellen een redelijk lijstje met serieuze offertekandidaten een kwestie van uren vakbladen doorstruinen, googelen, rondvragen en dan – op goed geluk – een lijstje maken. In het besef dat je de leveranciers in feite selecteerde op kwaliteit van de marketingafdeling in plaats van op inventiviteit van zijn technenuten. Gijsbert Brunt – geregeld actief als advocaat, mediator of arbiter bij IT-conflicten – ziet met grote regelmaat conflicten rond IT-projecten waarbij het naar zijn stellige indruk eigenlijk al fout ging bij de leveranciersselectie. "Vaak blijkt dat de opdrachtgever maar met één partij heeft gesproken en dan zegt 'laat ik die maar nemen'. Als met drie of vier leveranciers is gesproken, is dat echt al heel wat. Dat is niet te vergelijken met de manier waarop grote organisaties te werk gaan. Die beginnen hun offertetrajecten doorgaans met longlists van enkele tientallen leveranciers."

Brunts vakgenoot Natascha van Duuren van advocatenkantoor De Clercq herkent het beeld dat IT-offertetrajecten in het MKB vaak nogal intuïtief verlopen en een flinke dosis toeval bevatten. "Er wordt offerte gevraagd bij een beperkt aantal leveranciers die men genoemd heeft gekregen uit het netwerk, toevallig kent of een klus heeft zien klaren bij de concurrentie." Dat is niet gunstig voor de dealvorming oordeelt Van Duuren. "De kans is groot de partijen met meer



**LUC GIMBRÈRE, PORTEFEUILLEHOUDER MKB BIJ NEDERLAND ICT:**

**“HET AANBOD VAN EEN PLEZIERIG EIGENWIJZE AANBIEDER KAN SOMS AANZIENLIJK VERSCHIL MAKEN VOOR WAT BETREFT DE DOELTREFFENDHEID EN DE KOSTEN VAN DE GEZOCHTE OPLOSSING.”**

kennis of ervaring op die manier buiten beeld blijven.” ‘Sourcing Advisory Lead’ Alex van den Bergh van Quint Wellington Redwood – vooral actief bij het begeleiden van grotere organisaties bij het selecteren van de juiste IT-dienstverlener – bevestigt dat het IT-sourcingsproces bij kleinere en middelgrote organisaties vaak niet adequaat wordt ingericht. “Met name de combinatie van een kleine of middelgrote organisatie met een relatief geringe opdrachtomvang, is vaak een lastige. Wij adviseren deze organisaties waar mogelijk aan te sluiten op standaard (cloud-)aanbiedingen van partijen, dat maakt de interactie en de selectie van een oplossing en een leverancier relatief eenvoudig. Prijzen zijn transparant, service levels en functionaliteit kunnen vaak getest worden. Maar de uitdaging wordt dan weer de integratie van verschillende producten tot een dienst die aansluit op de organisatie. En vaak moet je daarvoor dan toch weer een leverancier zoeken.”

### Spreadsheetlogica

Bij meer aanbieders offertes vragen geldt in het algemeen als een effectieve strategie om een voordelige aanbieder te contracteren. Op zich niets op tegen, zeker als het een commodity-product of -dienst betreft. Maar wat bij deze ‘logica van het spreadsheet’ nogal eens over het hoofd wordt gezien is dat meer partijen ‘uitvragen’ ook een manier kan zijn om een innovatievere partij te selecteren. Een partij die in zijn offerte aangeeft iets meer in petto te hebben dan ‘u vraagt, wij draaien’. Want juist die laatste houding is volgens Brunt vaak de oorzaak van veel IT-ellende. “IT is vaak te complex. Je kunt van een middelgrote opdrachtgever niet verwachten dat hij kan overzien wat voor hem de beste IT-oplossing is.”

Brunt legt de vinger op de zere plek: on top of mind is vaak de gedachte dat een bredere ‘uitvraag’ van de markt een (grotere kans op een) scherper geprijsde offerte moet opleveren. Maar een zo mogelijk nog belangrijker overweging is het vergroten van de kans op verrassende offertes, gebaseerd op oplossingen die zó slim of innovatief zijn dat de opdrachtgever ze niet kent en er dus ook niet om vroeg.

### Te weinig transparantie

Vooralsnog weinig transparant is en ook weinig efficiënt functioneert. “De veronderstelling is vaak dat de klant precies kan specificeren wat hij nodig heeft, en dat is waar het vaak spaak loopt. Middelgrote bedrijven zullen als regel niet over de deskundigheid beschikken om te kunnen specificeren wat voor hun businessplan de beste IT-oplossing is. Neem ons eigen bedrijf, Scenter met 25 medewerkers; wij beschikken niet over dergelijke kennis en willen dat ook niet. Puur cijfermatig klopt het dat als je meer partijen met een suboptimale vraag benadert, de kans groter is dat er een of twee prettig eigenwijze aanbieders reageren met een inhoudelijk verrassende offerte. Nog beter is het natuurlijk om je niet van kansrekening afhankelijk te maken en je vraag meteen zo open te formuleren dat je aanbieders laat weten dat je graag aangenaam wordt verrast.”

lijk verschil maken voor wat betreft de doeltreffendheid en de kosten (-structuur) van de gezochte oplossing, bevestigt Luc Gimbrère van branche-organisatie Nederland IT. Gimbrère is binnen het bestuur van Nederland ICT portefeuillehouder MKB. Nederland ICT helpt de overheid op allerlei manieren om zijn IT-vraag effectiever met een ICT-aanbod te matchen, onder meer door het organiseren van marktconsultaties en haalbaarheidstoetsen. In antwoord op de vraag wat de brancheorganisatie op dit vlak aan MKB-opdrachtgevers te bieden heeft, geeft Gimbrère, die in het en in het dagelijks leven directeur is van ICT-bedrijf Betabit, een theoretisch economische bespiegeling ten beste: “Een stukje marktinefficiëntie is natuurlijk ook precies datgene waardoor de ondernemer zijn toegevoegde waarde kan realiseren.” Wat gebeurt er dan als de marktefficiëntie 100 procent is? “Dat kun je in elke leerboek economie vinden: dan gaan de marges naar nul.” Nu kan het uiteraard niet de bedoeling van een brancheorganisatie zijn om de marges van de leveranciers tot nul te reduceren, maar Gimbrères economieles maakt wel duidelijk dat een effectievere marktwerking potentieel voordeel betekent voor afnemers in de IT-markt. Zo niet prijstechnisch, dan toch wellicht kwalitatief: een efficiënter en transparanter markt vergroot nu eenmaal de kans dat je ook in inhoudelijk opzicht de juiste partner weet te vinden. Dat idee is koren op de molen van Best Value Procurement-deskundige Sicco Santema van adviesbureau Scenter. Hij bevestigt dat de IT-markt, met name in het MKB-segment, vooralsnog weinig transparant is en ook weinig efficiënt functioneert. “De veronderstelling is vaak dat de klant precies kan specificeren wat hij nodig heeft, en dat is waar het vaak spaak loopt. Middelgrote bedrijven zullen als regel niet over de deskundigheid beschikken om te kunnen specificeren wat voor hun businessplan de beste IT-oplossing is. Neem ons eigen bedrijf, Scenter met 25 medewerkers; wij beschikken niet over dergelijke kennis en willen dat ook niet. Puur cijfermatig klopt het dat als je meer partijen met een suboptimale vraag benadert, de kans groter is dat er een of twee prettig eigenwijze aanbieders reageren met een inhoudelijk verrassende offerte. Nog beter is het natuurlijk om je niet van kansrekening afhankelijk te maken en je vraag meteen zo open te formuleren dat je aanbieders laat weten dat je graag aangenaam wordt verrast.”

## Hulpmiddelen voor online leverancierselectie

Een panklare oplossing voor de gesignaleerde gevaar van gemiste of verkeerde matches bij leverancierselectie lijkt niet te bestaan. Wel zijn er een diverse hulpmiddelen beschikbaar, vaak online en opvallend vaak ook recent gestart. We belichten er enkele:

# 1.

### Partnerdatabases van technology-vendors

Opdrachtorganisaties die al weten welk platform het vertrekpunt van de gezochte oplossing moet worden, zullen al gauw uitkomen op de site van de betreffende aanbieder. Bedrijven als SAP, IBM, Oracle, Exact, Unit4, Afas of Microsoft hebben op hun sites ‘partner locator’-pagina’s waar ze opdrachtorganisaties de weg naar een geschikte partner proberen te wijzen. Zo maakt bijvoorbeeld Microsofts PinPoint wereldwijd naar schatting 4000 gecertificeerde partners doorzoekbaar op kenmerken als vestigingsregio, type bedrijfsproces waarop wordt gefocuseerd, bedrijfssector waarop wordt gemikt, en het geboden type van diensten. Wie daar zijn partnerselectieproces begint, zit wel meteen al in ‘het straatje’ van Microsoft, en sluit daarmee mogelijk verrassende oplossingen op basis van andere technologie op voorhand buiten. Mede op grond van deze overweging zullen veel middelgrote opdrachtorganisaties ook niet geneigd zijn deze route te bewandelen.

# 2.

### Database met partners van diverse technology-vendors

De site ICTPartnergezocht.nl onderneemt sinds begin oktober een moedige poging om een filterbare lijst van IT-resellers/partners in de markt te zetten. De database bevat namen van omstreeks 900 voornamelijk infrastructurele IT-dienstverleners. Bij een groeiend aantal daarvan (op het moment dat dit magazine naar de drukker ging »

Recent gestart





**NATASCHA VAN DUUREN VAN  
ADVOCATENKANTOOR DE CLERCQ:**

**"ER WORDT OFFERTE GEVRAAGD BIJ EEN  
BEPERKT AANTAL LEVERANCIERS. DE  
KANS IS GROOT DE PARTIJEN MET MEER  
KENNIS OF ERVARING OP DIE MANIER  
BUITEN BEELD BLIJVEN."**

ruim 200) vermeldt het profiel behalve een naam ook details als regio, vendor-affiliaties, partnerstatus, categorieën van geleverde oplossingen, sectoren (doelgroep), focus-klantgrootte, aantal werknemers en soms ook klantreviews. Van die laatste zijn er nog niet heel veel, maar het is wel de bedoeling van de initiatiefnemers dat juist deze reviews een asset worden waar opdrachtorganisaties op afkomen.

Ondanks de prille fase van de IT-partnerkeuze-site trekt ze volgens de oprichters nu al zo'n 7000 bezoekers per week. Voor IT-resellers/partners en voor niet aan een specifieke vendor gelinkte dienstverleners is vermelding op ICTPartnergezocht.nl kosteloos. Technologieleveranciers ('vendoren' in de terminologie van de site) betalen 150 euro per maand voor het vermeld krijgen van een eigen profiel, met basisinformatie en links naar whitepapers en webinars. Geen verdienmodel om rijk van te worden, lijkt het. "Mijn eerste doel is een platform te bouwen waarop iedere ICT-partner met infra-focus in Nederland op staat. Zodat een opdrachtgever eenvoudig en snel een geschikte ICT-partner kan vinden. Ik vind het daarbij belangrijk dat de opdrachtgever dit kosteloos kan doen", licht oprichter Cassim Leeuwenburgh toe. Als dit succesvol is zie ik wel aanvullende verdienmodellen."

### 3. Offerteverzoeken publiceren

Diensten- en productenaanbieders in een database afzoekbaar maken voor opdrachtgevers die vervolgens kiezen bij wie ze een offerte willen vragen is een logisch model, eigenlijk een 'enhanced' versie van hoe de markt traditioneel werkt. Maar het kan natuurlijk ook andersom: offerteverzoeken (RFP's) in de database zetten en aan de leveranciers overlaten om te kiezen op welke ze in willen gaan. Dat is het model achter Aanbestedingskalender.nl. Hoewel de naam anders suggereert, richt deze site zich beslist niet alleen op aanbestedingsplichtige organisaties. Ook private bedrijven die hun opdracht onderhands willen verstrekken of om hen moverende redenen voor een formeel aanbestedingstraject kiezen, zijn nadrukkelijk welkom. Directeur-aandeelhouder Xylander Kroon schat dat tegenwoordig zo'n 10 procent van de offerteverzoeken of 'aankondigingen' op aanbestedingskalender is uitgeschreven door 'niet-aanbestedingsplichtige' organisaties, merendeels non-profitinstellingen en middelgrote bedrijven. Om de kosten hoeven opdrachtgevende bedrijven publicatie van hun offerteverzoeken in ieder geval niet te laten: voor een eenmalige uitvraag of 'aankondiging' be-

talen ze 175 euro. Voor bedrijven en instellingen die geregeld een uitvraag willen doen hanteert aanbestedingskalender een staffel. Op dit moment staan er zo'n 18.000 aankondigingen op aanbestedingskalender. Ongeveer 1100 daarvan hebben een IT-component (CPV-code 72). De meeste aankondigingen worden door zo rond de vijftig leveranciers bekeken, waarvan doorgaans meer dan de helft ook een offerte presenteert. Als binnen het niet-aanbestedingsplichtige segment op Aanbestedingskalender wordt ingezoomd op de IT-aankondigingen, valt op dat het merendeels commodity-orders betreft, zoals hostingdiensten of levering van hardware. Maar er zijn ook aankondigingen voor levering van software-oplossingen en IT-projecten.

In principe kan elke in werk geïnteresseerde ondernemer op aanbestedingskalender.nl op zoek gaan naar offerteverzoeken waar hij wat mee kan. Maar in de praktijk zullen de maar weinig verkoopprofessionals zo te werk gaan. Efficiënter is het aanbestedingskalender alerts te laten zenden op basis van een profiel van de aankondigingen waarin men geïnteresseerd is. Een abonnement op de alerteringservice kost ze 395 euro per jaar. Op dit moment maken zo'n 135.000 bedrijven gebruik van die service. In welke branche ze actief zijn is niet geregistreerd, maar afgaand op het soort offerteverzoeken waarin ze interesse tonen, schat Kroon dat meer dan 10 procent, wellicht 15 procent, actief is met IT-oplossingen.

### 4.

#### IT-suppliers.com

Wie een leveranciersdatabase raadpleegt moet daar nog steeds zelf een partijen uitkiezen die mogelijk een

**Nieuw in  
Nederland**

goede match opleveren. En als je je RFP op een site publiceert kom je voor een vergelijkbare uitdaging te staan als er tientallen offertes binnenkomen. Wie daar tegen opziet kan gebruik maken van de vraag-aanbodsite IT-suppliers.com, die het aanbod filtert en vernauwt. IT-Suppliers.com is hoofdzakelijk actief in Zwitserland, Duitsland, Engeland en Ierland, maar bemiddelt sinds kort ook in Nederland. Het matcht profielen van 2500 IT-leveranciers in zijn database met projectplannen van organisaties die een IT-klus te vergeven hebben. Leveranciers die voldoen aan een door de opdrachtorganisatie afgegeven leveranciersprofiel ontvangen het (geanonimiseerde) projectvoorstel van de opdrachtorganisatie en kunnen daarop reageren door het insturen van een 'voorstel' (een eerste voorversie voor een offerte). Van de ingezonden voorstellen worden de drie tot vijf best passende matches doorgegeven aan de opdrachtorganisatie, die dan offerte-verzoeken kan doen.

Sinds de oprichting bracht IT-suppliers.com op die manier zo'n 'stuk of honderd' deals tot stand, schat John Smit van de Nederlandse sourcingdienstverlener Leadmark. Meestal gaat het om de bouw van e-commerce-toepassingen, web-applicaties, apps of games, maar ook opdrachten voor de ontwikkeling van redelijk complexe enterprise-applicaties werden succesvol bemiddeld. De leveranciersdatabase bevat vooralsnog nauwelijks aanbieders van bijvoorbeeld hardware, productsoftware, werkplekbeheer- of hosting-diensten. Op dit moment domineren Zwitserse, Oost-Europese en Indiase aanbieders IT-suppliers.coms pool van aanbieders. Maar Leadmark is, als Nederlandse partner-reseller van IT-suppliers.com, druk doende ook Nederlandse IT-bedrijven te engageren.

Het businessmodel is gebaseerd op het beginsel 'no-deal, no-pay'. Pas als uit de geleverde shortlist een deal voortkomt moet worden betaald: 10 procent van de contractwaarde door de opdrachtnemer en voor de opdrachtgever een bedrag dat afhangt van het gekozen serviceplan. Wie niet meer dan 1 project per jaar wil gunnen kan met het Gratis Service-plan volstaan, wie meer gebruik maakt betaalt 165 euro per maand of 1500 euro per project.

Om naast prijs ook kwaliteit een rol te geven bij de matching van vraag en aanbod, nam IT-suppliers.com in de leverancierprofielen ook referentiesternen op die, zoals bijvoorbeeld ook in Apples App Store gebruikelijk, door eerdere afnemers werden toegekend. In de praktijk is de toegevoegde waarde daarvan vooralsnog beperkt, doordat nog maar een klein segment van de leverancierspool (zo'n procent of vier) daadwerkelijk een trackrecord heeft kunnen opbouwen op IT-sourcings. De overige 96 procent van de leveranciers staat op 2,5 ster, die bij wijze van voorlopige 'best guess' automatisch zijn toegekend. Als 'mate van matching' hanteert IT-suppliers.com simpelweg het

aantal matchende eigenschappen: ‘wel’ versus ‘niet’, dus zonder wegingsfactor. Dus als een aanbieder bijvoorbeeld slechts twee in plaats van de gevraagde drie referentiecasses kan bieden, dan wordt ‘m dat even zwaar aangerekend als niet kunnen communiceren in de gevraagde voertaal. Het lijkt wat ruw, maar in de praktijk komt het zelden voor dat de top drie of vijf partijen bevat die op alle onderdelen matchen. Meestal zal de opdrachtgevende partij op een of meer aspecten van zijn wensenpakket water bij de wijn doen. Daarbij zal hij zeker kijken bij welke aanbieder de mismatches, gegeven een goede presentatie, eventueel te billijken zijn. En als het dan allemaal toch onoverkomelijke tekortkomingen blijken? “Dan moet de opdrachtgever zich serieus afvragen of wat hij zoekt wel realistisch is. En eventueel het selectieproces opnieuw doorlopen met een bijgesteld leveranciersprofiel en/of projectplan”, adviseert Smit. Gezien het ‘no deal, no pay’-principe van IT-suppliers.com kost dat ‘m niets extra.

## 5.

### Outsourcing Hub

Voor het identificeren van passende outsourcingproviders is sinds de zomer van dit jaar Outsourcing Hub operationeel. De ‘dating-site’ heeft inmiddels een database met profielen van bijna zeventig in Nederland actieve outsourcingdienstverleners. Klanten specificeren hun eisen per geval en genereren via enkele interactieve stappen een longlist van geschikte aanbieders. Omdat IT-outsourcing complex is, bijna per definitie maatwerk, heeft het weinig zin om partijen op face value met elkaar in contact te brengen. Daarom hanteert Outsourcing Hub een verfijnd matching-algoritme. De matching vindt plaats op basis van zo’n honderd kenmerken, waaronder ook vertrouwelijke facetten. Die laatste worden over en weer niet kenbaar gemaakt, maar spelen onder water een belangrijke rol in de matching. Aan de vraagzijde gaat het dan om zaken als bijvoorbeeld de omvang van het IT-budget, begrote contractwaarde en bedrijfscultuur. Aan de providerzijde betreft het onder meer sweet-spots voor wat betreft klantgrootte, dealomvang en ook hier uiteraard de bedrijfscultuur. Een interessant aspect dat onder de noemer van bedrijfscultuur, naast het procesgericht versus resultaatgericht, wordt meegenomen is weging van prijs ten opzichte van kwaliteit. Doel van de hele exercitie is niet het tot stand brengen van een deal.

Recent gestart

“Daarvoor spelen in outsourcing te veel details en moeilijk grijpbare voorkeuren een rol”, stelt oprichter en bedenker van het systeem Henk Pater. De output, aan de opdrachtgever, is primair een longlist, plus desgewenst workflowondersteuning bij het vernauwen tot een shortlist. Daarmee kunnen partijen een traditioneel RFP-proces ingaan.

Outsourcing Hub is nadrukkelijk nog in ontwikkeling, de functionaliteit wordt komend jaar verder verfijnd en uitgebreid. Eigenlijk is net de pilotfase afgesloten. In die proefperiode werden voor enkele launching customers vijf uitbestedingen bemiddeld. Twee daarvan betroffen werkplekbeheer, in één ging het om SAP-hosting en de rest was connectivity en/of infrastructuur. De kleinste opdrachtgever van de vijf had 150 werkplekken, de SAP-hosting was voor dertig locaties in twintig landen. De vijf matchingtrajecten resulteerden in longlists die in lengte varieerden van acht tot twintig in principe geschikte providers.

Ook wat het verdienmodel betreft is Outsourcing Hub nog volop in ontwikkeling. Vooralsnog betalen alleen de providers. Hoeveel ze betalen wil Pater niet in de krant zien, want het is nog maar een voorlopige regeling. Als de site volgend jaar echt ‘op stoom’ komt, worden definitieve tarieven vastgesteld. Gedacht wordt aan de bedrag van zo om en nabij de 100 à 200 euro per maand. De bedoeling is en blijft dat Outsourcing Hub laagdrempelig blijft, belooft Pater.

## 6.

### Dutch Software

Wie geen maatwerk zoekt, maar gewoon op zoek is naar een adequaat softwareproduct, kan op DutchSoftware.nl zoek gaan naar een geschikte leverancier. Op dit moment – nog maar een paar maanden na de lancering – vermeldt de site van van Dutch Software 124 in Nederland gevestigde softwarebedrijven (ISV’s). Directeur Ben Alfrink verwacht dat dat aantal ISV’s op de site op korte termijn kan doorgroeien naar omstreeks 300. De bedrijven zijn afzoekbaar op sector (verticale doelgroep) en op ‘type oplossing’ (horizontaal bedrijfsproces). Doorklikken leidt naar bedrijfsprofielen met informatie over afzetmarkten, eventueel betrokken investeerders, van toepassing zijnde rankings en – het allerbelangrijkst – een opsomming van de producten met per product een korte uiteenzetting van de hoedanigheden.

Recent gestart

## 7.

### it-BidZ

Voor bedrijven die op het vak van hardware precies weten wat ze nodig hebben en op zoek zijn naar de voordeligste aankoop is sinds ruim een jaar de site it-BidZ.nl online. Op die site kunnen voorgenomen bestellingen worden gepubliceerd, waarop leveranciers dan kunnen reageren.

Tot voor kort was alleen er de mogelijkheid om ‘een aankoop te veilen’. Dat houdt in de de koper – aan de hand van een ingebouwde catalogus met zo’n 55.000 artikelen – aangeeft wat hij wil en wat hij daar hooguit voor wenst te betalen. Leveranciers kunnen daarop ‘onderbieden’. Ze kunnen zien wat de stand van de laagste bieding is en kunnen daar, in de wetenschap dat de opdracht naar de laagste bieder gaat, middels een tweede of derde bod nog onder gaan zitten. Als dat kort voor sluiting van de veilig gebeurt wordt het geplande moment van sluiting een half uur naar achteren geschoven om de concurrenten gelegenheid tot een lager bod te bieden.

De ervaring gedurende de eerste elf maanden van it-BidZ.nl wijst uit dat aankoopveiling kopers doorgaans een voordeel oplevert tussen 5 en 10 procent van de door hen aangegeven maximumprijs. De meeste aankopen betreffen storage en servers, maar ook werkpleksystemen worden regelmatig via it-BidZ aangeschaft. Koper en leverancier betalen elk 1 procent provisie aan it-BidZ.

Eén van de implicaties van dit model is dat de koper ook werkelijk tot een aankoop verplicht is zodra zich een leverancier meldt (vandaar dat leveranciers alleen mogen onderbieden). Op dit moment doet een dozijn leveranciers mee op it-BidZ.nl. Kopers kunnen alleen vooraf partijen waarmee ze geen zaken wensen te doen, uitsluiten. Toch lijken veel kopers terug te schrikken voor de aankoopverplichting die ze op de site aangaan. Daarom faciliteert it-BidZ sinds enkele maanden een tweede deal-scenario, in de vorm van een ‘offerte-veiling’, waarbij de koper offertes ontvangt waaruit hij naar eigen voorkeur kan kiezen. «

Recent gestart



**SICCO SANTEMA VAN  
ADVIESBUREAU SCENTER:**

**“BETER IS HET NATUURLIJK JE VRAAG  
METEEN ZO OPEN TE FORMULEREN DAT  
JE AANBIEDERS LAAT WETEN DAT JE  
GRAAG AANGENAAM WORDT VERRAST.”**

beeld: DE BEELDREDAKTIE