



INTERNE BESLUITVORMING

De business case voor modern B2B-bestellen

Voor teams in groothandel, distributie en productie die bekijken hoe hun klanten bestellen.

Voor bedrijven met 15–250 miljoen euro omzet en veel groothandelsbestellingen

Editie 2026

Op één pagina

Als je maar één pagina leest: groothandelsorders lekken weg in de winkelwagen, aan de telefoon en bij de retourbalie. Dit is een voorstel om dat te stoppen — waarbij het platform zich bewijst voordat het iets kost.

Het probleem

Je inkopers stellen orders samen op een plek die niemand aan jouw kant kan zien, in een browsertabblad dat ze elke keer moeten zoeken en waarin ze elke keer moeten inloggen — terwijl het werk zelf op een telefoon gebeurt, in een magazijngang, op een laadperron. Winkelwagens sterven met de sessie, één persoon bouwt wat zes tot tien mensen beslissen, en de dubbele bestelling die niemand zag komt terug als retour.

Wat er verandert in de winkelwagen

Winkelwagens blijven op de server bestaan en synchroniseren live tussen de webshop en de native apps. Je buitendienst ziet lopende klantwinkelwagens, inclusief wat vastloopt, en kan ingrijpen voordat er een afkoelt. Het hele inkoopteam werkt aan één order, elke wijziging op naam. En de winkelwagen meldt een SKU die het account kort geleden al kocht, vóór het verzenden.

Wat er verandert in de zak van de inkoper

Je catalogus staat op het beginscherm, één tik van een nabestelling en al ingelogd, in plaats van achter een bladwijzer en een login. Push haalt inkopers terug wanneer voorraad terug is of een contract afloopt, daar waar mail wordt gefilterd. Barcodes scannen bestelt direct na vanaf een schaplabel, en de catalogus staat lokaal opgeslagen: een gang zonder bereik is nog steeds een gang waaruit besteld kan worden. Native voor iOS en Android, geen website in een omhulsel. Nabestellen houdt op een klusje te zijn en wordt een gewoonte — en daar komt herhaalomzet vandaan.

Waarom dit standhoudt

Onbeperkt SKU's en onbeperkt plaatsen, nooit per stuk afgerekend, nooit een percentage van je omzet. Standaardkoppelingen voor ERP en CRM inbegrepen, waarbij RocketX vóór je bronsystemen gaat staan in plaats van ze te vervangen — en naast je bestaande webshop draait, zodat er niets wordt uitgezet.

Wat een poging kost

Setup kwijtgescholden bij jaarplannen. Facturatie start bij go-live, niet bij ondertekening. Een pilot van 30 tot 45 dagen met afgesproken meetpunten voor elke langere verbintenis.

De één-procenttest

Zet de platformkosten uit je offerte naast één procent van je jaaromzet — of naast de marge op één procent, als je het behoudend wilt rekenen. De enige vraag die overblijft is of beter bestellen je meer waard is dan dat. Zo ja, dan is de rest van dit document detail en geen overtuigingswerk.

Waarom dit nu op tafel ligt

B2B-inkoop is online gegaan terwijl de groothandel als geheel nauwelijks groeit. De groei zit niet in meer klanten, maar erin dat dezelfde klanten een groter deel digitaal bestellen — en hun leverancier kiezen op hoe makkelijk dat gaat.

90.000

groothandels in Nederland — de omzet van de sector groeide in 2025 met slechts 0,9%

31%

van de Nederlandse bedrijven vanaf tien werknemers verkoopt al elektronisch

94%

van de tijd op een telefoon wordt in apps doorgebracht, niet in een browser

> 40%

van de omzet bij toonaangevende B2B-bedrijven wordt door mobiel gedreven of beïnvloed

De praktische gevolgtrekking: de bestelervaring is geen achterafstelsel meer. Het is het oppervlak waarop je klanten je beoordelen — en het moment waarop ze besluiten of ze nabestellen of iemand anders bellen.

Wat de huidige inrichting meestal kost

De meeste groothandels in het middensegment draaien op één van drie dingen: een verouderd ERP-portaal, een algemeen e-commerceplatform dat tot B2B is omgebogen, of orderinvoer per telefoon en mail. Elke variant kost geld dat zelden als post op een factuur staat.

Catalogusprestaties	Platformen die voor consumentenhandel zijn gebouwd worden traag bij groothandelscatalogi. Inkopers breken het zoeken af en bellen een vertegenwoordiger — een selfserviceorder wordt daarmee een bemande order.
Licenties per gebruiker	Prijzen per gebruiker betekenen dat magazijn, buitendienst en de mensen bij je klant gerantsoeneerd worden. Precies wie het systeem het meest zou gebruiken, valt buiten de boot.
Vergoedingen over je omzet	Kosten die aan je ordervolume hangen stijgen juist wanneer het goed gaat. Groei wordt belast in plaats van ondersteund.
Doorlooptijd van de implementatie	B2B-trajecten in het middensegment op algemene platformen duren doorgaans vier tot acht maanden of langer tot livegang, met integratiewerk dat gedurende de hele rit wordt gefactureerd.
Handmatig cataloguswerk	Productdata die met de hand worden bijgehouden over pdf's, spreadsheets en het ERP kosten doorlopend personeelstijd en lopen tóch achter.

Wat RocketX verandert

Onbeperkt SKU's, zoeken binnen een seconde

Of de catalogus nu achthonderd SKU's telt of acht miljoen: filteren en bestellen in milliseconden — en nooit betalen per SKU. Prestaties die andere platformen op deze schaal niet halen.

Onbeperkt plaatsen en gebruikers

Elke medewerker, vertegenwoordiger en geautoriseerde klant krijgt volledige toegang. Geen kosten per gebruiker, geen kosten per SKU, geen rantsoenering.

Klantspecifieke prijzen

Elke inkoper ziet automatisch zijn eigen afgesproken prijzen, staffels en contractvoorwaarden.

Rechtstreeks bestellen vanuit pdf's

Al leest bestaande brochures en catalogi zodat inkopers er direct uit bestellen — zonder opnieuw intikken.

Diepe ERP- en CRM-koppeling

RocketX gaat vóór je ERP staan in plaats van het te vervangen. Producten, klantspecifieke prijzen en live voorraad gaan eruit, uit NetSuite, SAP, Microsoft Dynamics of Epicor; winkelwagens, orders en goedkeuringen gaan terug. Standaardkoppelingen zitten in elk plan.

Native iOS- en Android-apps

Speciaal gebouwd voor B2B-bestellingen, geen ingepakte website. De hele catalogus in de zak van de inkoper.

Realtime samenwerken in de winkelwagen

Meerdere teamleden werken tegelijk in dezelfde winkelwagen, met elke handeling vastgelegd: wie, wat en wanneer.

Live voorraad over alle magazijnen

Actuele voorraad en beschikbaarheid, zodat inkopers niet meer bestellen wat niet geleverd kan worden.

Eerst groothandel, je consumentenkanaal erbij

Het product is gebouwd rond groothandelsbestellingen. Verkoop je daarnaast rechtstreeks aan consumenten, dan draait dat kanaal op dezelfde catalogus en dezelfde ERP-koppeling in plaats van op een tweede platform met een tweede set productdata.

Twee vennootschappen, twee rechtsgebieden, per stuk één antwoord

De toets op gegevens en beveiliging is meestal het traagste deel van een beoordeling, en de gebruikelijke reden is dat een Amerikaanse leverancier moet uitleggen waarom Europese gegevens in Amerika prima zitten. Wij hebben dat vermeden door het niet te doen.

VOOR KLANTEN IN DE EUROPESE UNIE

Je contracteert met een EU-vennootschap

Wederpartij

Een aparte Ierse vennootschap, opgericht en actief in de Europese Unie, naar EU-recht.

AVG

Geldt rechtstreeks voor de samenwerking. Jij bent verwerkingsverantwoordelijke voor je klant- en ordergegevens; wij zijn verwerker en handelen op jouw gedocumenteerde instructie.

Doorgiftetoets

Je wederpartij is een EU-vennootschap, dus de beoordeling begint niet met een vraag over hoofdstuk V. Precies daar verliezen trajecten met Amerikaanse leveranciers meestal een maand.

Subverwerkers

Volledig openbaar gemaakt, met bericht vooraf bij wijziging en een contractueel recht van bezwaar.

VOOR KLANTEN IN DE VERENIGDE STATEN

Je contracteert met RocketX LLC

Wederpartij

RocketX LLC, de Amerikaanse vennootschap. Hetzelfde platform, dezelfde toezeggingen, recht van je eigen vestigingsplaats.

Privacywetgeving per staat

CCPA en CPRA en de opvolgende staatswetten worden gedekt door dezelfde schriftelijke verwerkingsvoorwaarden, niet door een apart regime per staat.

Beveiligingstoets

Certificeringen, auditrapporten en gegevens over hosting verstrekken we op verzoek; ze worden onderdeel van de overeenkomst.

Overdraagbaarheid

Dezelfde export- en uittredingsrechten als EU-kanten. Er wordt per regio niets achtergehouden of afgezwakt.

WORDT IN BEIDE RECHTSGEBIEDEN ONDERDEEL VAN DE OVEREENKOMST

- ✓ Verwerkersovereenkomst met de rollen op papier
- ✓ Certificeringen, auditrapporten en hostingregio
- ✓ Bewaar-, verwijder- en back-upbeleid
- ✓ Actuele lijst van subverwerkers, met bericht bij wijziging
- ✓ Toezeggingen over beschikbaarheid en support, per niveau
- ✓ Export in open formaten, op elk moment en bij uittreding

Geef deze pagina aan wie jullie beveiligingstoets doet. Komt die terug met een vragenlijst, dan beantwoorden we die liever in week één dan in week negen — en dat is wanneer hij meestal binnenkomt.

Waarom de native app commercieel telt

Een responsieve website en een native app zijn niet hetzelfde product. Bij terugkerende groothandelsbestellingen zie je het verschil rechtstreeks terug in de bestelfrequentie.

Nabestellen is een gewoonte, geen zoektocht	De meeste B2B-orders zijn herhaalorders. In een browser moet de inkoper elke keer de bladwijzer zoeken, de site laden en inloggen. Een app is één tik, al ingelogd — die wrijving verdwijnt bij elke nabestelling, blijvend.
Een vaste plek op de telefoon van de inkoper	Je icoon staat op het beginscherm. Concurrenten moeten telkens opnieuw gezocht en gevonden worden.
Push bereikt inkopers die mail niet bereikt	Meldingen over voorraad die terug is, contractverlengingen en nabestelmomenten komen rechtstreeks binnen. Gebruikers die push aanzetten blijven twee tot drie keer zo lang actief.
Het werk gebeurt niet achter een bureau	Inkopers bestellen vanuit magazijngangen, van laadperrons en van de beursvloer. Native toegang tot de camera betekent barcodes scannen en nabestellen vanaf een schaplabel.
Hij overleeft het wegvallen van bereik	Hallen met stalen wanden en landelijke routes kosten bereik. Catalogus, prijzen en winkelwagen blijven lokaal en synchroniseren zodra de verbinding terug is.

Waar de order werkelijk verloren gaat

De meeste beoordelingen vergelijken catalogi en afrekenen. Het geld lekt op een minder zichtbare plek weg: in de winkelwagen, tussen het moment waarop een inkoper begint en het moment waarop iemand verzendt.

Een half opgebouwde order is onzichtbaar

Ongeveer 70% van de online winkelwagens wordt verlaten, en op de meeste platformen kan niemand aan jouw kant er één zien voordat het een order wordt. Een vastgelopen winkelwagen ziet er precies zo uit als helemaal geen winkelwagen.

Winkelwagens sterven met de sessie

Browserwinkelwagens hangen aan een apparaat en een sessie. Een inkoper die in het magazijn wordt onderbroken vindt een lege mand terug en bouwt hem telefonisch opnieuw op — of laat het.

Eén persoon bouwt wat zes tot tien beslissen

Gartner legt een complexe B2B-aankoop bij zes tot tien mensen. Kan er maar één bij de winkelwagen, dan wordt de order per mail bijeengeraapt, overgetikt en komt hij onvolledig binnen.

De dubbele bestelling die niemand zag wordt een retour

Als collega's bij dezelfde klant elkaars orders niet zien, wordt dezelfde SKU twee keer besteld. Dat is de duurste transactie die je kunt maken.

Wat RocketX in plaats daarvan doet

Winkelwagens blijven op de server bestaan en synchroniseren live tussen webshop en native apps. Je buitendienst ziet lopende klantwinkelwagens inclusief wat vastloopt en kan ingrijpen voordat het afkoelt. Het hele inkoopteam werkt in één winkelwagen met elke wijziging op naam. En de winkelwagen wijst op een SKU die het account kort geleden al kocht, vóór het plaatsen.

Hoe je dit voor je eigen bedrijf berekent

Geen twee distributeurs verliezen waarde in dezelfde verhoudingen. De eerlijke versie van deze pagina is daarom een rekenblad en geen belofte. Vul je eigen cijfers in; de rekensom is bewust simpel.

Teruggehaalde winkelwagens

Winkelwagens per maand $\times$ aandeel dat wordt verlaten $\times$ gemiddelde orderwaarde $\times$ het deel dat je buitendienst nu redt omdat hij ze eindelijk ziet.

Vermeden retouren

Retouren per maand $\times$ het aandeel door een dubbele bestelling of verkeerd artikel $\times$ je volledig belaste kosten per retour. Reken de arbeid mee: één retour kost de afhandeling van acht tot tien normale orders.

Vrijgespeelde uren buitendienst

Medewerkers $\times$ uren per week aan orders opnemen en overtikken $\times$ belaste uurkosten $\times$ 52. Elk uur dat uit orderinvoer verdwijnt is een uur dat naar verkopen kan.

Ordergrootte

Gemiddelde orderwaarde $\times$ de stijging die je verwacht doordat de hele catalogus in seconden doorzoekbaar is, plaatsen onbeperkt zijn en er vanaf elk apparaat nabesteld kan worden.

Wat wachten kost

Wat de vier knoppen samen ook opleveren, het zijn jaarbedragen. Een kwartaal beraad kost een kwartaal van dat getal, en het lek pauzeert niet terwijl je aan het beoordelen bent. Dat is het eerlijke argument om nu een pilot te starten in plaats van over zes maanden een inkooptraject.

Tegenover die vier zet je de platformkosten en de implementatie-inspanning uit je offerte. Dekken de eerste twee alleen de kosten al niet, dan heb je de andere twee niet nodig.

Er wordt niets uitgezet

Het gebruikelijke bezwaar tegen een platformbeslissing is dat er een platform vervangen moet worden. Bij deze niet. RocketX wordt ingevoerd naast wat je vandaag draait, en allebei blijven werken.

Je huidige webshop blijft draaien	RocketX gaat ernaast live, niet erbovenop. Er wordt niets uitgezet om ruimte te maken, en geen catalogus hoeft gemigreerd te worden voordat iemand kan bestellen.
Je inkopers kiezen, jij niet	Sommigen stappen in de eerste week over op de app. Anderen blijven bij de shop die ze kennen. Beiden leveren orders die in hetzelfde ERP landen, in hetzelfde formaat, op dezelfde voorwaarden — stroomafwaarts verandert er dus niets.
Geen migratieweekend	Er is geen migratievenster en geen bestelstop. De faalsituatie die zulke projecten eng maakt — een slechte zondag en maandag rinkelende telefoons — is niet aan de orde, omdat er niets om te zetten valt.
Gebruik wordt het bewijs	Omdat allebei tegelijk draaien, kun je zien wat je inkopers werkelijk gebruiken. Dat is een beter argument vóór of tegen ons dan wat dan ook in dit document.
Het oude systeem later uitzetten, of nooit	Nergens in de overeenkomst staat daarvoor een datum. Verdient het over drie jaar nog zijn plek, dan laat je het draaien.

Dit is meteen de goedkoopste manier om je in ons te vergissen. Werkt de pilot niet, dan zet je niets uit, ben je geen order kwijt, en is de terugval het systeem dat je toch al gebruikte.

Hoe de commerciële voorwaarden het risico verkleinen

De opzet van de overeenkomst is zo gemaakt dat het platform zich bewijst voordat het iets kost. Hier staan bewust geen bedragen — de actuele prijzen vind je op de website en in je offerte.

Vast tarief, nooit een percentage van je omzet	De platformkosten stijgen niet omdat je ordervolume is gestegen. Groei wordt niet belast.
Onbeperkt SKU's en plaatsen inbegrepen	Er wordt niets per stuk afgerekend. Geen prijzen per gebruiker of per SKU om over te onderhandelen of te rantsoeneren als catalogus en team groeien.
Setup- en integratiekosten kwijtgescholden bij jaarplannen	De implementatiekosten die zulke projecten normaal vooraf belasten, vervallen.
Facturatie start bij go-live, niet bij ondertekening	Je betaalt niets tot het platform live staat en waarde levert.
Pilot van 30–45 dagen met gezamenlijke ROI-evaluatie	Een afgebakende beoordelingsperiode met afgesproken maatstaven, vóór een langere verbintenis.
Native apps en standaardkoppelingen inbegrepen	Niet verkocht als extra modules bovenop een basislicentie.

Hoe de invoering verloopt

01 1. Doorlichting van de stack

We brengen de bestaande catalogus, prijsregels, het ERP en de orderstroom in kaart en bepalen wat mee moet en wat blijft.

02 2. Koppeling

De tweewegsynchronisatie wordt tegen je ERP en CRM gebouwd. Standaardkoppelingen dekken de grote systemen; alles daarbuiten wordt als afgebakend blok werk geoffreerd.

03 3. Catalogus inlezen

Bestaande pdf's, brochures en productdata worden ingelezen. Geen handmatig overtypen van de catalogus.

04 4. Pilot

Een live pilot van 30–45 dagen met een afgebakende groep inkopers en afgesproken succesmaatstaven.

05 5. Go-live en evaluatie

Volledige uitrol, met een gezamenlijke ROI-evaluatie tegen de maatstaven die bij de pilot zijn afgesproken.

Hoe lang duurt het voor iemand het echt gebruikt

Adobe Commerce	12–24 weken
BigCommerce Enterprise + B2B Edition	10–20 weken
Shopify Plus (met bureau en apps)	8–16 weken
RocketX — live pilot	4–6 weken

De cijfers van concurrenten zijn gangbare benchmarks voor het middensegment tot go-live, uit platform- en bureaugidsen van 2026; de scope verschuift ze beide kanten op en het ERP-werk is de plek waar ze het vaakst uitlopen. Het cijfer van RocketX gaat over een live pilot met een afgebakende groep inkopers, niet over de volledige uitrol. Bij de alternatieven begint de facturatie meestal ruim voordat iemand iets bestelt. Bij ons begint hij bij go-live.

Waar wij niet de juiste keuze zijn

Elke leverancier zegt dat hij bij je past. Dit is de korte lijst van gevallen waarin dat niet zo is, zodat het nu boven tafel komt en niet in maand twee van een invoering.

Je verkoopt uitsluitend aan consumenten	Het grootste deel van het product is groothandelsmachinerie waar een consumentencatalogus nooit aan komt.
Je catalogus is klein en je orders zijn eenvoudig	Een paar dozijn SKU's en orders van één regel hebben dit niet nodig.
Je hebt geen ERP en bent er ook geen van plan	Een groot deel van de waarde hier zit in tweewegsynchonisatie met een bronsysteem.

Zowel aan de groothandel als rechtstreeks verkopen is heel gewoon en hier geen beperking — het consumentenkanaal draait op dezelfde catalogus en dezelfde ERP-koppeling als de groothandel.

Vragen die je elke leverancier zou moeten stellen

- ? Verandert de platformvergoeding als ons ordervolume groeit?
- ? Kan onze buitendienst de winkelwagen van een klant zien voordat het een order wordt?
- ? Overleeft een winkelwagen een gesloten browser, een lege accu, een ander apparaat?
- ? Kunnen meerdere mensen bij dezelfde klant samen één order opbouwen?
- ? Waarschuwt het systeem als dezelfde SKU kort geleden al is besteld?
- ? Worden buitendienstmedewerkers en de mensen bij onze klanten als gebruikers gerekend?
- ? Hoe snel reageert het zoeken bij onze werkelijke catalogusgrootte, niet bij een democatalogus?
- ? Zijn de mobiele apps native of een website in een omhulsel?
- ? Werkt de catalogus als een inkoper geen bereik heeft?
- ? Wanneer start de facturatie — bij ondertekening of bij go-live?
- ? Wat gebeurt er met onze gegevens en koppelingen als we weggaan?

Volgende stap

Een persoonlijke demo op je eigen catalogus, een korte doorlichting van je stack en een pilot met weinig risico — meetbare resultaten binnen weken.

app@rocketx.app

BRONNEN

CBS voor het aantal groothandels in Nederland, de omzetontwikkeling van de sector en het aandeel bedrijven met elektronische verkoop. Baymard Institute voor het verlatingspercentage van winkelwagens, gemiddeld over 50 studies (2006–2025); dat cijfer gaat over de hele e-commerce en is niet naar B2B uitgesplitst. Gartner voor de omvang van het inkoopteam bij een complexe B2B-aankoop. McKinsey B2B Pulse, negende jaarlijkse enquête onder 3.942 B2B-beslissers in 13 landen. Sensor Tower, State of Mobile 2026, voor het aandeel telefoontijd buiten de browser; dat cijfer gaat over al het telefoongebruik, niet specifiek over B2B-bestellingen. Boston Consulting Group met Google, „Mobile Marketing and the New B2B Buyer” (2017), voor het mobiele aandeel in de B2B-omzet. Afhandelingslast van retouren volgens de distributiebenchmarks van de B2B E-commerce Association. Doorlooptijden weerspiegelen marktbenchmarks 2026 voor B2B-trajecten in het middensegment en variëren met de scope.