



Leadgate
Online Marketing for IT

Onderzoek

Van onderzoek tot aankoop: hoe IT-managers beslissen

Introductie

Om als IT-bedrijf je marketing effectiever in te richten, is het cruciaal om te begrijpen hoe IT-managers in Nederland zich oriënteren op nieuwe producten en diensten. Daarom heeft marktonderzoeksbureau Multiscope in opdracht van Leadgate Europe in december 2024 een uitgebreid onderzoek uitgevoerd onder 130 IT-managers in Nederland.

Dit onderzoek geeft inzicht in hun informatiebronnen, besluitvormingsproces en de factoren die hun keuzes beïnvloeden. De resultaten bieden waardevolle aanknopingspunten voor jouw IT-bedrijf om je marketingstrategie beter af te stemmen op de behoeften en verwachtingen van je doelgroep.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe



Inhoudsopgave

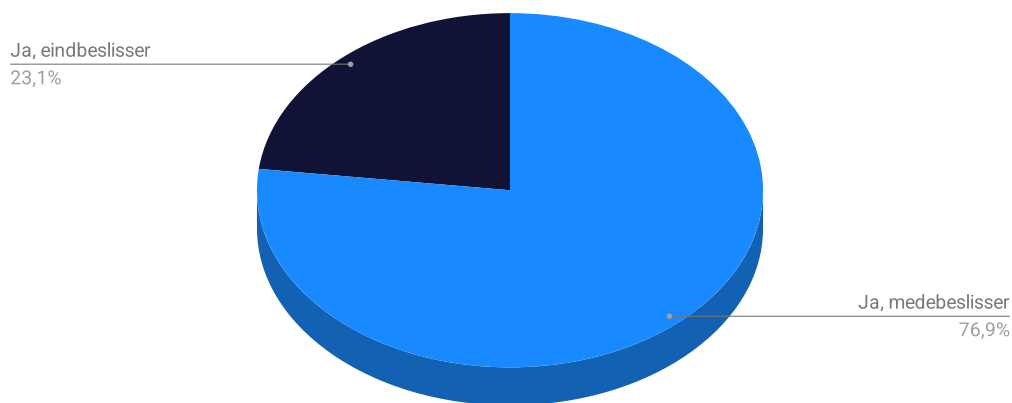
Welke marketingcommunicatie werkt écht voor IT-professionals?	2
Welke sociale media platformen zijn écht relevant voor jouw IT-bedrijf?	3
Hoe willen IT-professionals informatie ontvangen?	4
Hoe blijven IT-professionals op de hoogte van ontwikkelingen in hun vakgebied?	5
Hoe wil jouw doelgroep opgevolgd worden?	6
Welke stappen zet je bij het onderzoeken van nieuwe IT-producten/diensten en het bepalen van de beste keuze?	7
Een aantal bijzondere en interessante antwoorden die opvallen	8
Welke factoren hebben invloed op jouw keuze bij de aanschaf van een IT-product of dienst?	9
Zou je met een IT-partij in zee gaan als je nog nooit van ze hebt gehoord?	10
Welke trends volgen IT-professionals nauwlettend?	11
Wat zijn de grootste IT-uitdagingen voor organisaties?	12
Onze conclusies	13
Over Leadgate	14

Klik op één van de onderwerpen om naar de bijbehorende pagina te gaan.

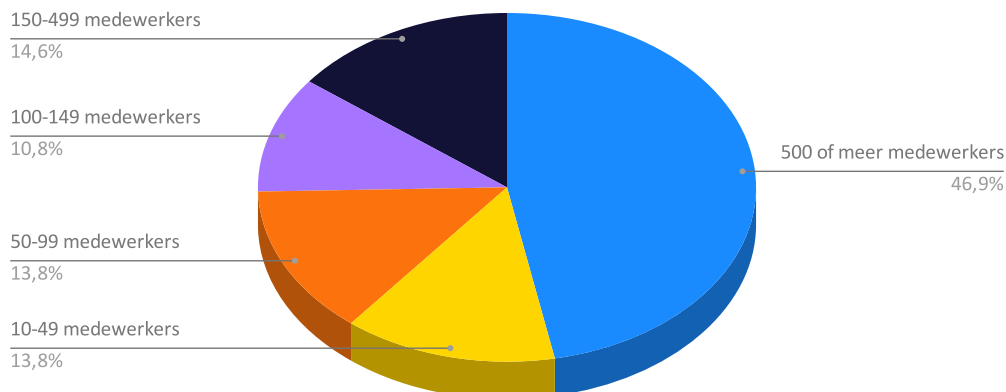
Eerst wat achtergrondinformatie over wie de respondenten zijn

- 100% van de respondenten zijn werkzaam op een IT-afdeling
- Meer dan 75% van de respondenten is medebeslisser binnen de IT-afdeling waar ze werkzaam zijn. 23% is eindbeslisser binnen zijn/haar IT-afdeling.
- Bijna de helft van de respondenten (46,9%) werkt bij een bedrijf met meer dan 500 medewerkers.

Ben jij beslissingsbevoegd voor IT-vraagstukken binnen de IT-afdeling waar je werkzaam bent?



Hoeveel personen werken er in het hele bedrijf, inclusief jezelf?



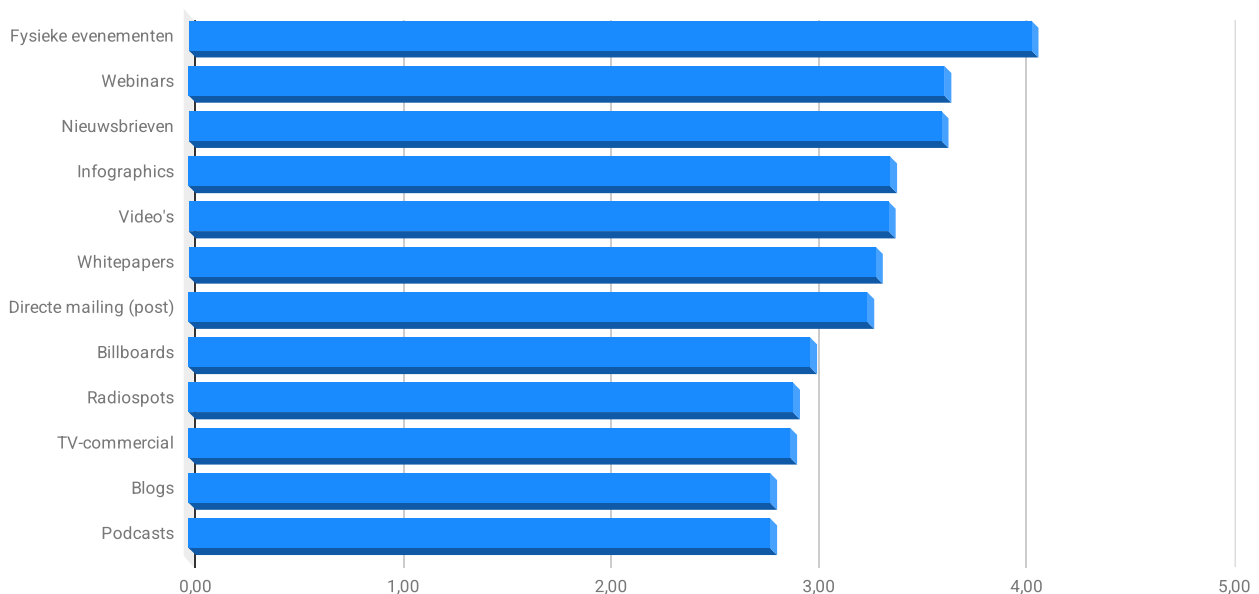
Welke marketingcommunicatie werkt écht voor IT-professionals?

Als IT-bedrijf wil je jouw marketingbudget slim inzetten. Uit de cijfers blijkt dat fysieke evenementen (4,05) de meeste aandacht trekken. Dit resultaat benadrukt hoe waardevol persoonlijke interactie en netwerken zijn binnen de sector.

Ook webinars (3,64) en nieuwsbrieven (3,62) scoren goed, wat aantoont dat IT-professionals graag diepgaande, relevante informatie ontvangen. Whitepapers (3,31) en infographics (3,38) doen het eveneens goed. Dit bevestigt dat visuele en inhoudelijke diepgang belangrijk is.

Welke vormen van marketingcommunicatie trekken jouw aandacht?

0 = geen aandacht, 5 = veel aandacht



Traditionele media zoals billboards (2,99), TV-commercials (2,89) en radiospots (2,91) scoren lager en trekken minder aandacht. Ook podcasts (2,80) en blogs (2,80) blijken geen sterke aandachtstrekkers, wat erop wijst dat IT-professionals hun informatie liever via andere kanalen consumeren.

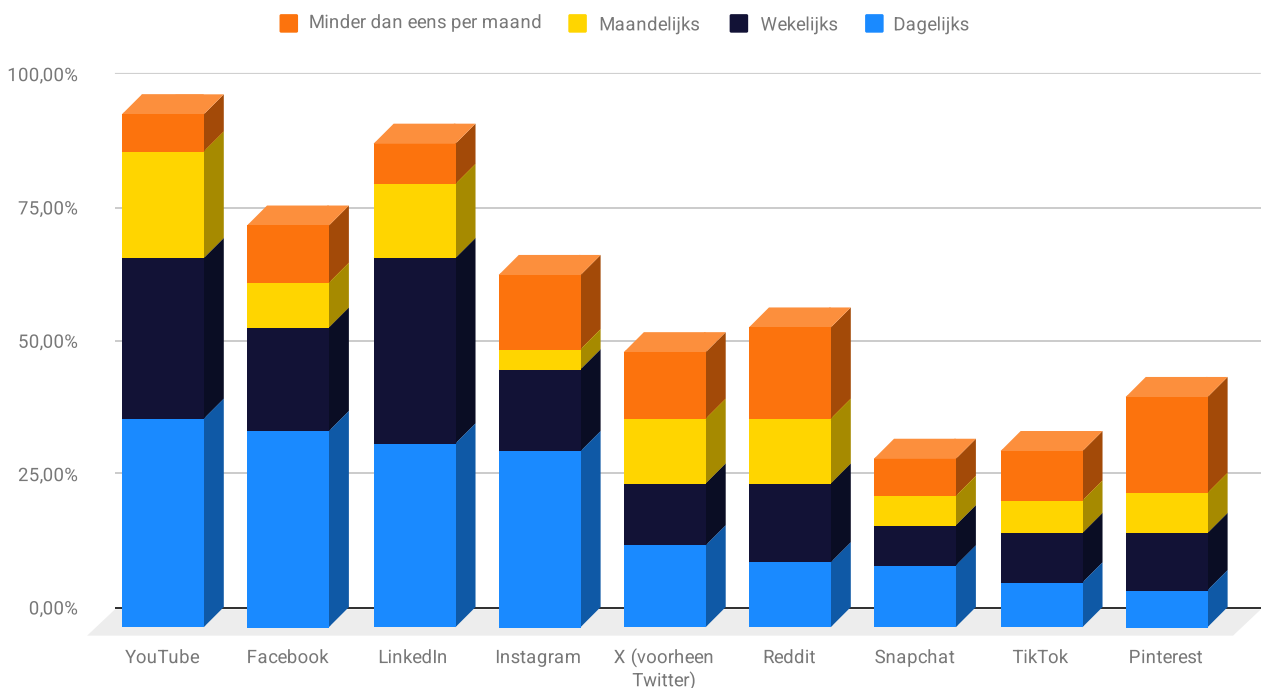
Welke social media platformen zijn écht relevant voor jouw IT-bedrijf?

Als IT-bedrijf wil je jouw marketinginspanningen richten op de platformen waar je doelgroep actief is. Uit de cijfers blijkt dat YouTube (39,2%) en LinkedIn (34,6%) de populairste platformen zijn voor dagelijks en wekelijks gebruik. Vooral LinkedIn is cruciaal voor B2B-marketing en het opbouwen van zakelijke relaties.

Facebook (36,9%) en Instagram (33,1%) worden ook regelmatig bezocht, vooral voor employer branding en bredere zichtbaarheid van je merk. X (15,4%) en Reddit (12,3%) hebben een kleiner, maar mogelijk relevant nichepubliek.

Daarentegen laten de cijfers zien dat TikTok (8,5%), Snapchat (11,5%) en Pinterest (6,9%) minder worden gebruikt, wat betekent dat deze platforms voor de meeste IT-bedrijven geen prioriteit zijn.

Hoe vaak maak je gebruik van de onderstaande social media platformen?



Hoe willen IT-professionals informatie ontvangen?

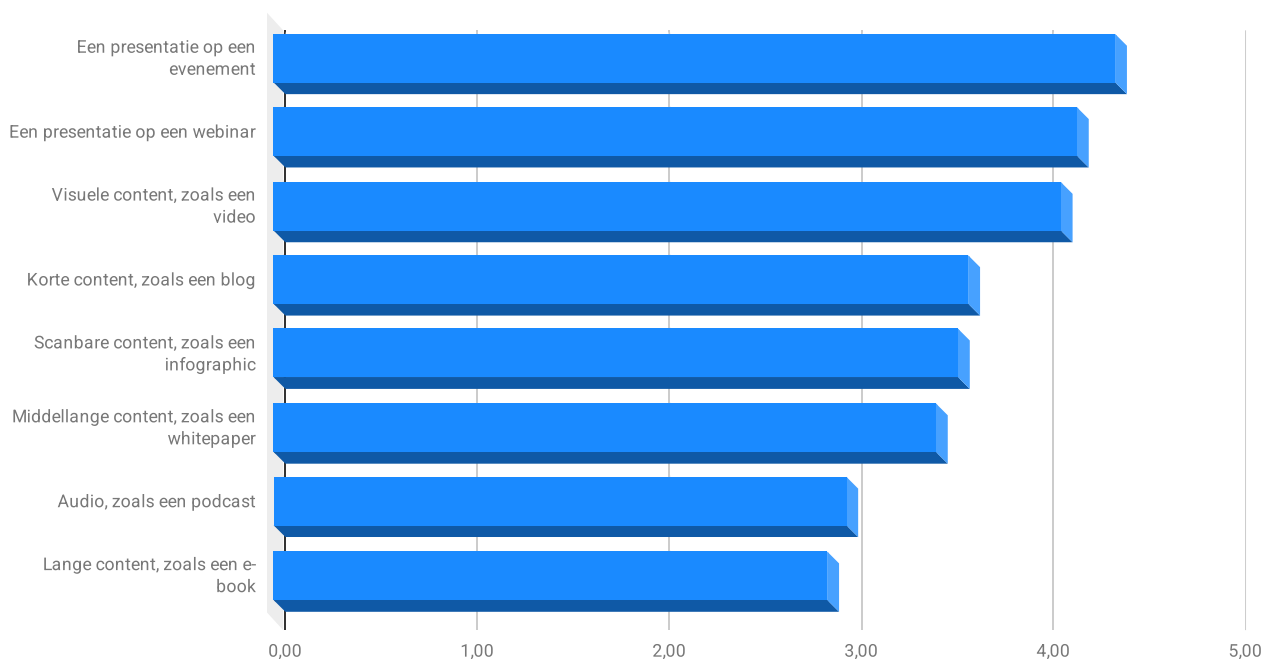
Wil je als IT-bedrijf effectief communiceren? Dan zijn live presentaties en visuele content de beste keuze. Een presentatie op een evenement (4,38) krijgt de meeste voorkeur, gevolgd door webinars (4,18) en video's (4,10). Dit laat zien dat IT-professionals graag informatie ontvangen via interactieve en visuele formats.

Daarnaast scoren infographics (3,56), blogs (3,62) en whitepapers (3,45) redelijk goed, wat betekent dat compacte, snel te verwerken informatie waardevol is.

Lange content, zoals e-books (2,88), en audio content, zoals podcasts (2,98), hebben de minste voorkeur. Deze resultaten wijzen erop dat de doelgroep minder tijd wil besteden aan uitgebreide teksten of langdurige audio content.

Via welke van de onderstaande informatiebronnen vind jij het prettig om informatie te ontvangen van een IT-partij?

0= geen voorkeur, 5 = grote voorkeur



Hoe blijven IT-professionals op de hoogte van ontwikkelingen in hun vakgebied?

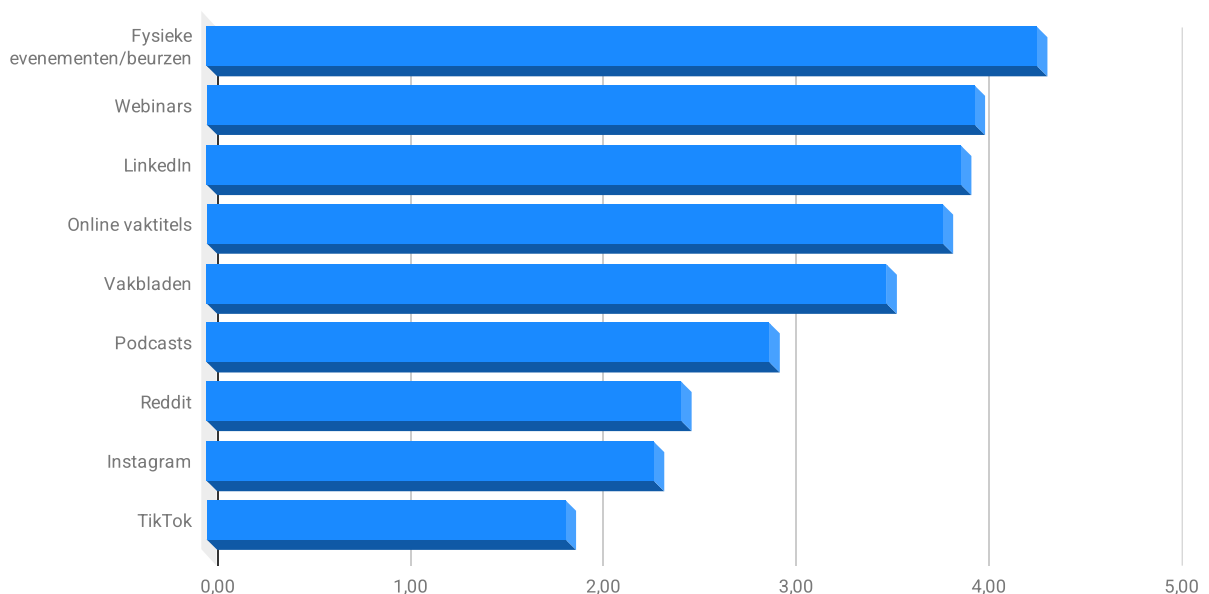
Wil je jouw IT-bedrijf positioneren als expert en thought leader? Dan moet je zichtbaar zijn op de kanalen die écht belangrijk zijn voor jouw doelgroep. Fysieke evenementen en beurzen (4,30) scoren het hoogst, wat laat zien dat netwerken en live kennisdeling cruciaal blijven. Ook webinars (3,98) en LinkedIn (3,91) zijn topbronnen, wat de behoefte aan diepgaande en professionele informatie benadrukt.

Online vaktitels (3,82) en vakbladen (3,52) doen het eveneens goed, wat betekent dat IT-professionals waarde hechten aan betrouwbare, branchegerichte publicaties.

Social media zoals Instagram (2,32), TikTok (1,86) en Reddit (2,46) zijn veel minder belangrijk als informatiebron. Podcasts (2,92) zitten in de middenmoot, wat aangeeft dat deze vorm niet de eerste keuze is, maar wel relevant kan zijn.

Welke informatiebronnen zijn voor jou belangrijk om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in jouw vakgebied

0 = belangrijk, 5 = belangrijk



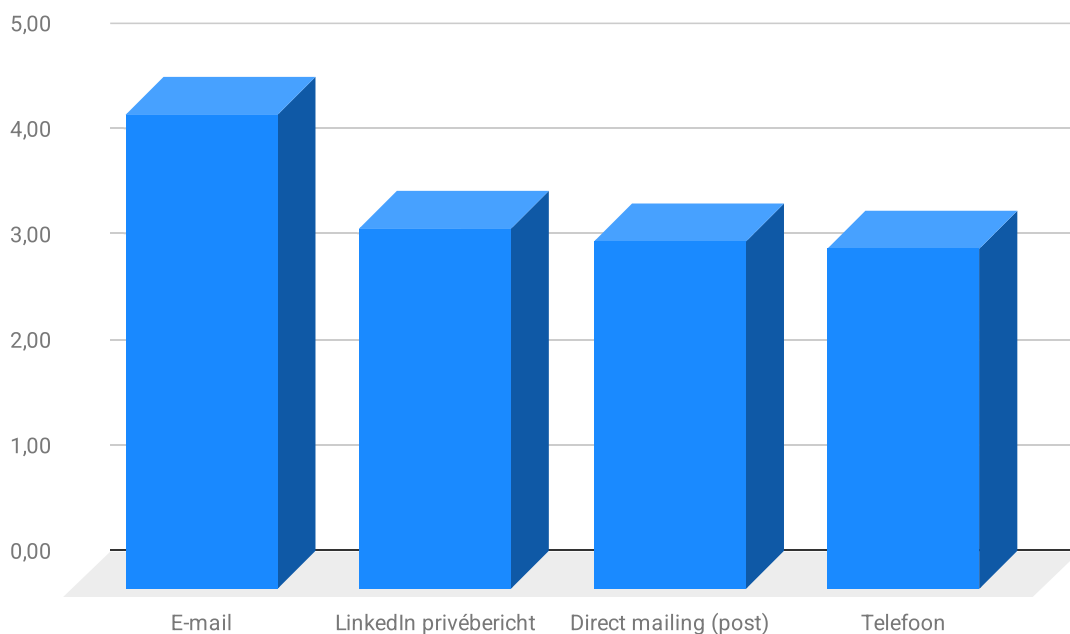
Hoe wil jouw doelgroep opgevolgd worden?

Na een eerste contactmoment is het cruciaal om op de juiste manier in contact te blijven. De data laat zien dat e-mail (4,49) met afstand de voorkeur heeft. IT-professionals geven duidelijk de voorkeur aan geschreven communicatie die ze op een voor hun gelegen moment kunnen bekijken en verwerken.

LinkedIn privéberichten (3,42) en telefonisch contact (3,22) scoren gemiddeld, wat betekent dat deze kanalen in bepaalde situaties effectief kunnen zijn, maar niet voor iedereen de eerste keuze zijn. Direct mailing per post (3,29) doet het verrassend goed en kan werken als een onderscheidende en persoonlijke manier van opvolgen.

Geef aan in welke mate onderstaande vormen van opvolging door een IT-partij jouw voorkeur hebben.

0 = geen voorkeur, 5 = grote voorkeur



Welke stappen zet je bij het onderzoeken van nieuwe IT-producten/diensten en het bepalen van de beste keuze?

1. Behoeften en eisen definiëren

IT-professionals beginnen met het opstellen van een lijst van behoeften, wensen en eisen. Dit helpt om een duidelijk beeld te krijgen van wat de organisatie nodig heeft en vormt de basis voor een gerichte zoektocht.

2. Online onderzoek uitvoeren

Zoekopdrachten via zoekmachines zoals Google, websites van leveranciers, reviews en vakbladen zijn onmisbaar. Respondenten noemen ook blogs, webinars en whitepapers als waardevolle informatiebronnen.

3. Overleg met collega's en experts

Respondenten benadrukken overleg met collega's binnen de organisatie, zowel voor het verzamelen van input als voor het draagvlak voor beslissingen. Daarnaast wordt er nog vaak advies ingewonnen bij externe experts of partners.

4. Vergelijken en evalueren

Na het verzamelen van informatie worden opties geëvalueerd op basis van prijs, functionaliteit, reviews, technische haalbaarheid en meer. Longlists en shortlists helpen bij een gestructureerde evaluatie.

5. Contact opnemen met leveranciers en demo's testen

Demo's, pilots of Proof of Concepts (PoC) spelen een cruciale rol. Door producten zelf te testen, krijgen organisaties beter inzicht in de praktische toepasbaarheid.

6. Marktonderzoek en netwerken

IT-professionals maken actief gebruik van vakbeurzen, LinkedIn en gesprekken met branchegeenoten om marktontwikkelingen en mogelijke oplossingen in kaart te brengen.

7. Aanbestedingen en besluitvorming

Voor grotere organisaties of specifieke sectoren is er vaak een formeel proces met RFP's (Request for Proposals), aanbestedingen of een formeel besluitvormingsproces waarbij meerdere afdelingen betrokken zijn.

Een aantal bijzondere en interessante antwoorden die opvallen:

Innovatief denken en experimenteren

Een respondent organiseert denktank-middagen met collega's uit andere bedrijven om samen tot nieuwe ideeën te komen. Anderen kiezen bewust voor producten die nog nauwelijks worden gebruikt, om hun organisatie een voorsprong te geven.

Creatief gebruik van netwerken

Naast traditionele researchkanalen spelen LinkedIn, Reddit en podcasts een steeds grotere rol. Informele gesprekken met vakgenoten en leveranciers worden ook actief ingezet om marktinzichten te verkrijgen.

Concurrentie als graadmeter

Sommige respondenten houden nauwlettend in de gaten welke technologieën concurrenten gebruiken. Dit helpt hen om leveranciers uit te nodigen en verschillende oplossingen direct te vergelijken.

Proof of Concepts (PoC) en testen

Veel respondenten hechten veel waarde aan pilots, demo's en PoC's. Door software en hardware eerst in de praktijk te testen, kunnen ze beoordelen of een oplossing écht werkt binnen hun IT-omgeving.

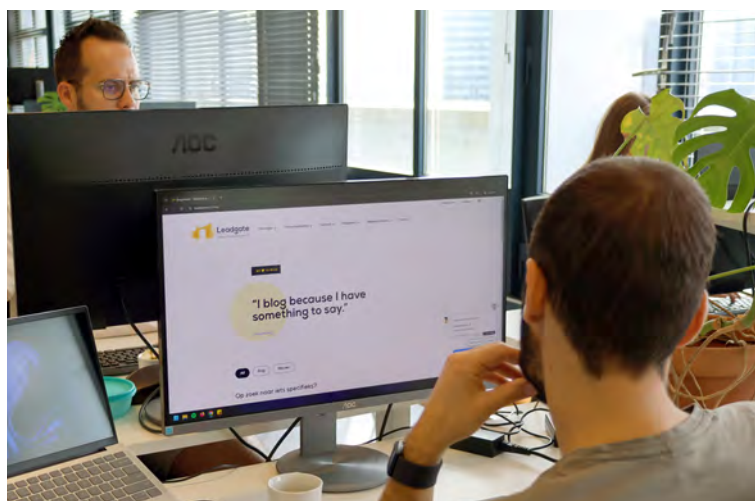
Technologie slim inzetten voor research

Een respondent noemt het gebruik van ChatGPT als hulpmiddel om snel samenvattingen en informatie te verkrijgen, wat het researchproces versnelt.

Kostenbewust en pragmatisch kiezen

Voor sommige respondenten is een investering pas aan de orde als de noodzaak en kosten volledig duidelijk zijn. Hoge werkdruk en andere prioriteiten zorgen ervoor dat beslissingen zorgvuldig worden afgewogen.

Bovenstaande antwoorden laten zien dat er zowel traditionele als moderne, innovatieve aanpakken worden gebruikt binnen organisatie



Welke factoren hebben invloed op jouw keuze bij de aanschaf van een IT-product of dienst?

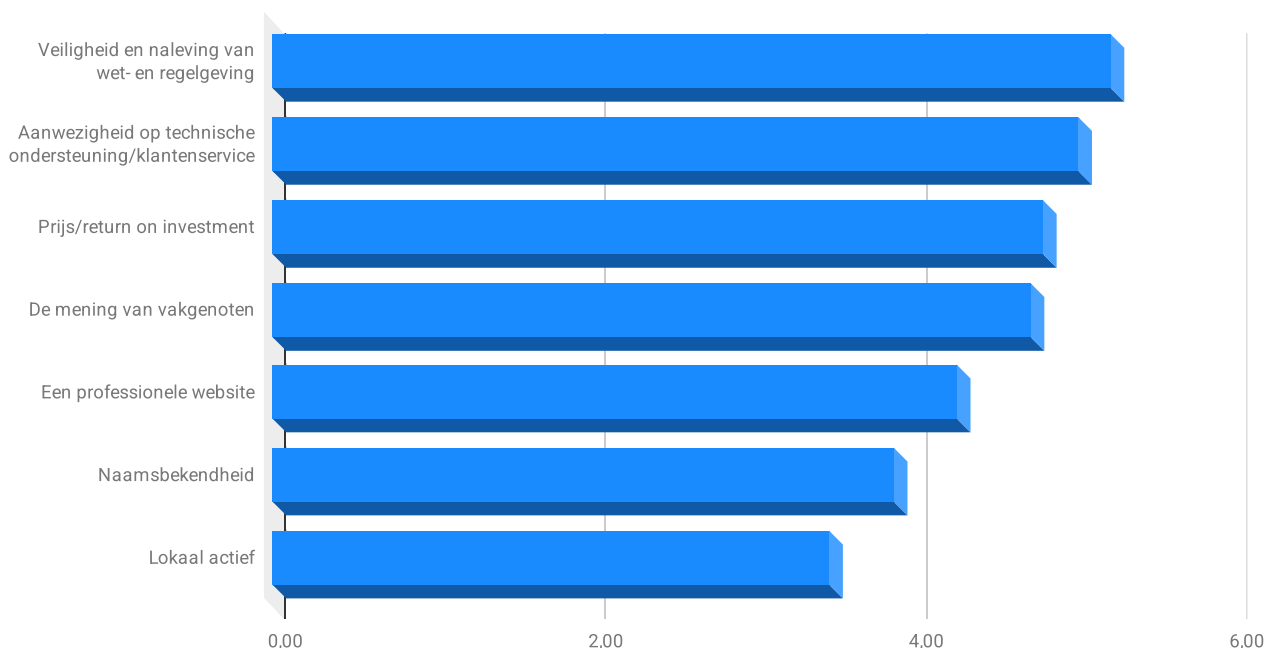
Bij de aanschaf van een IT-product of dienst spelen een aantal factoren een doorslaggevende rol. Veiligheid en naleving van wet- en regelgeving (5,23) staat met stip op één. Dit onderstreept hoe cruciaal compliance en security zijn binnen de IT-sector. Ook technische ondersteuning en klantenservice (5,03) is een topprioriteit. Een leverancier moet namelijk bereikbaar en behulpzaam zijn.

Prijs en return on investment (4,81) spelen eveneens een grote rol, wat aantoont dat kosten en waardeperceptie nauwkeurig worden afgewogen. Daarnaast wordt de mening van vakgenoten (4,73) sterk meegenomen in de besluitvorming, wat het belang van reviews, testimonials en mond-tot-mondreclame benadrukt.

Een professionele website (4,28) en naamsbekendheid (3,88) dragen bij aan vertrouwen en geloofwaardigheid. Lokaal actief zijn (3,48) is minder doorslaggevend, maar kan in bepaalde gevallen een pluspunt zijn.

In welke mate zijn de volgende factoren van invloed op jouw keuze bij de aanschaf van een IT-product of dienst?

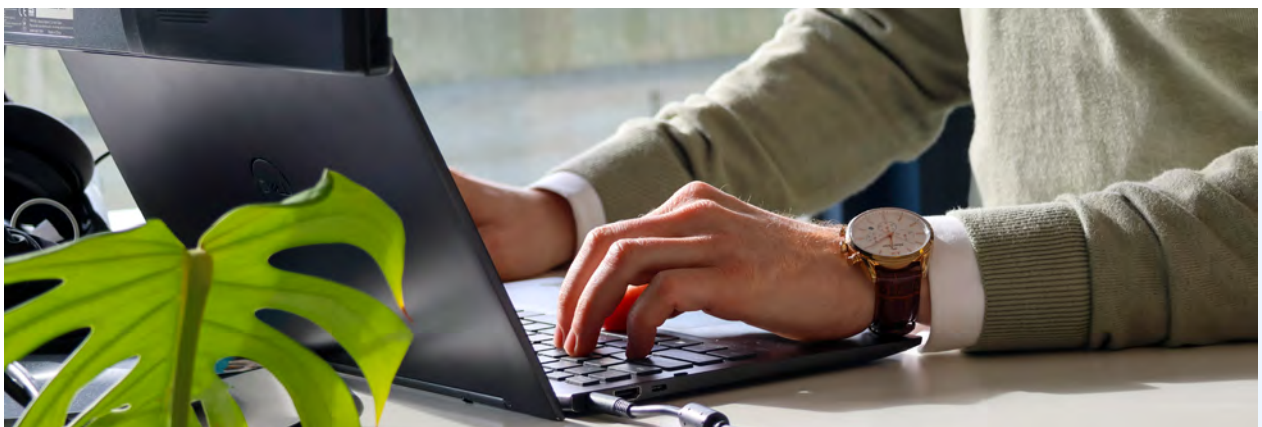
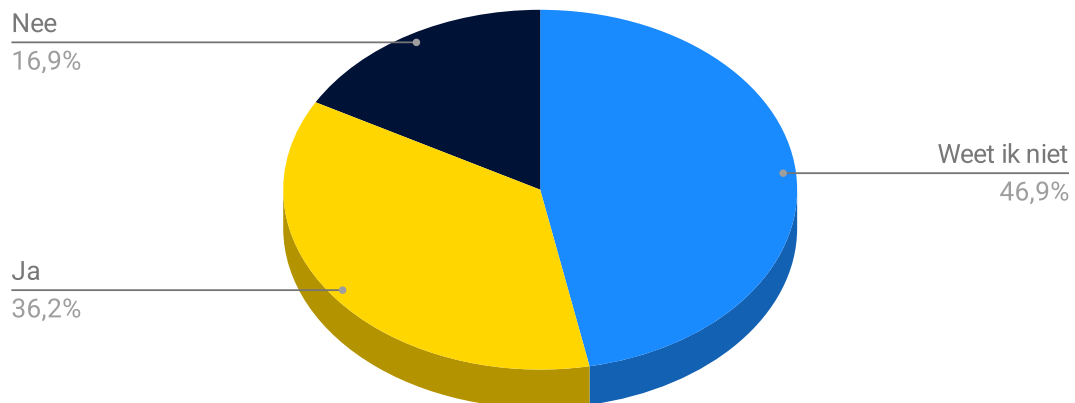
0 = geen invloed, 6 = grote invloed



Zou je met een IT-partij in zee gaan als je nog nooit van ze hebt gehoord?

De cijfers geven aan dat bijna de helft van de IT-professionals (46,9%) het niet zeker weet of ze met een onbekende partij in zee zouden gaan. Vertrouwen en bekendheid spelen dus een belangrijke rol in de keuze om zaken te doen. 36,2% zou wel de stap wagen, wat betekent dat er altijd een deel is dat openstaat voor nieuwe leveranciers, vooral als de oplossing aantrekkelijk is. Aan de andere kant 16,9% zou het zeker niet doen, wat toont dat er een significant deel is dat voorzichtig is met onbekende partijen.

Zou je met een IT-partij in zee gaan als je nog nooit van ze hebt gehoord?

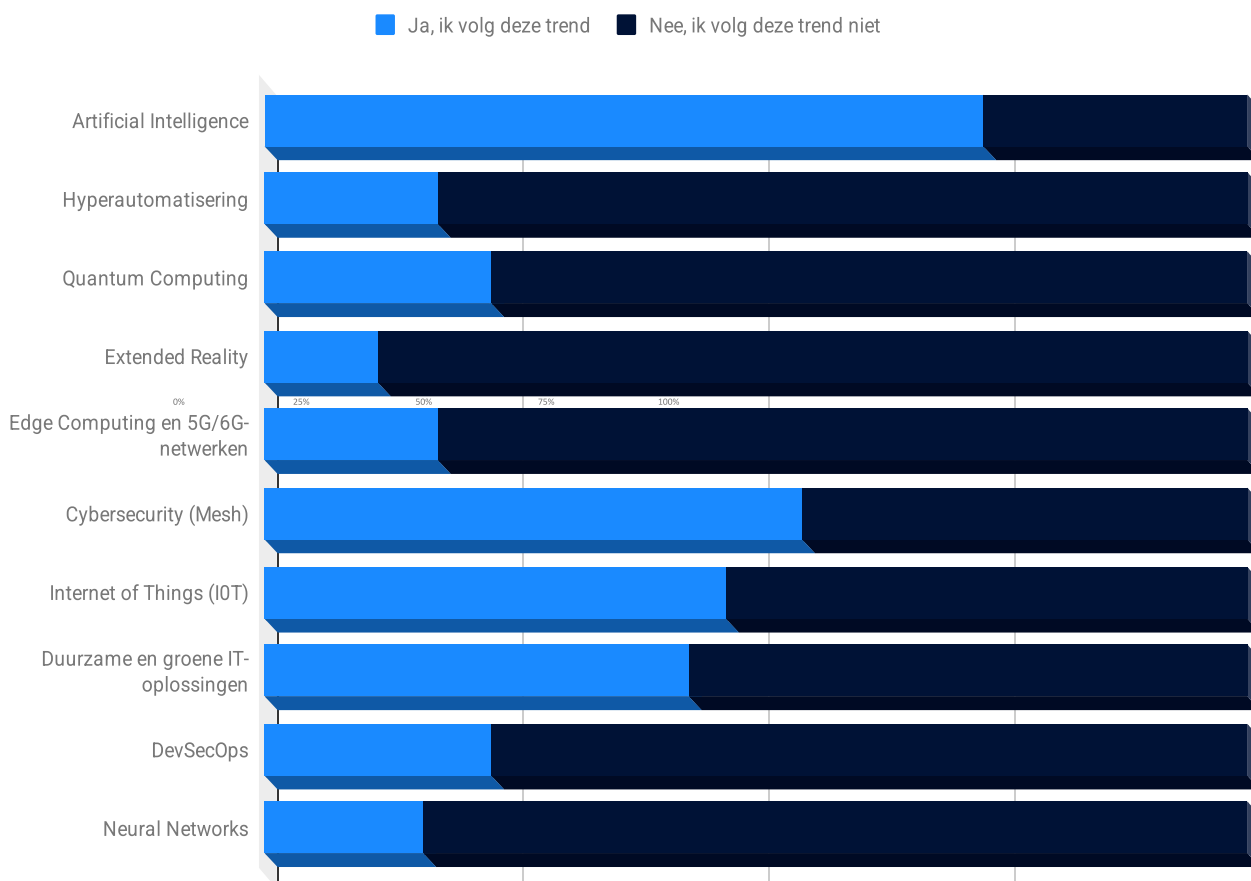


Welke trends volgen IT-professionals nauwlettend?

Uit de gegevens blijkt dat Artificial Intelligence (73%) de meest gevolgde trend is, wat aantoont dat deze ontwikkeling top of mind is voor IT-professionals. Cybersecurity (Mesh) wordt ook goed in de gaten gehouden door 55% van de respondenten. Dit benadrukt de groeiende bezorgdheid over veiligheid. Daarnaast is Internet of Things (IoT) relevant voor 47%, wat wijst op een blijvende interesse in verbonden apparaten en systemen.

Aan de andere kant worden Hyperautomatisering (82%), Quantum Computing (77%), Extended Reality (88%), en Neural Networks (84%) door de meeste professionals niet nauwlettend gevolgd. Deze resultaten tonen aan dat deze technologieën voor veel IT-professionals nog niet de prioriteit hebben. Edge Computing en 5G/6G-netwerken (82%) en DevSecOps (77%) vallen ook buiten de focus van de meerderheid.

Welke trends of veranderingen in je vakgebied volg je nauwlettend?



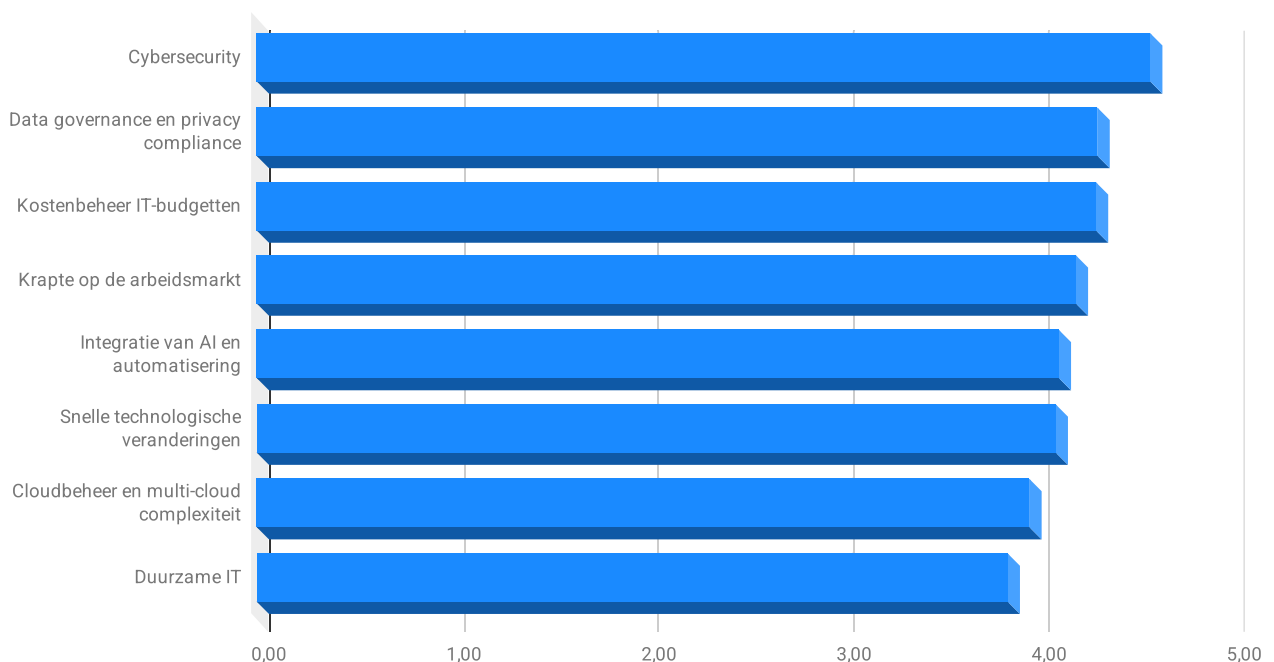
Wat zijn de grootste IT-uitdagingen voor organisaties?

Uit de gegevens blijkt dat cybersecurity (4,58) de grootste uitdaging is voor de meeste organisaties, wat de groeiende bezorgdheid over beveiliging en risico's in de digitale wereld benadrukt. Krapte op de arbeidsmarkt (4,20) is ook een belangrijke zorg, waarbij organisaties moeite hebben om de juiste talenten aan te trekken en te behouden. Daarnaast zijn kostenbeheer van IT-budgetten (4,30) en data governance en privacy compliance (4,31) grote uitdagingen. Bedrijven moeten voortdurend investeren in technologie, terwijl ze tegelijkertijd voldoen aan wet- en regelgeving.

Integratie van AI en automatisering (4,11) is ook een serieuze uitdaging, waarbij organisaties worstelen met het effectief implementeren van nieuwe technologieën. Snelle technologische veranderingen (4,09) zorgen ervoor dat bedrijven moeite hebben om gelijke tred te houden met de nieuwste ontwikkelingen. Duurzame IT (3,85) is een uitdaging die wat minder urgent is, maar nog steeds van belang, vooral voor organisaties die zich willen positioneren als milieuvriendelijk en toekomstgericht. Cloudbeheer en multi-cloud complexiteit (3,96) wordt iets minder als een topprioriteit gezien, maar blijft wel een uitdaging voor veel bedrijven.

Wat zijn de grootste IT-uitdagingen binnen jouw organisatie?

0 = geen uitdaging, 5 = grote uitdaging



Onze conclusies

Content

- Vermijd generieke massamedia en richt je marketingbudget op evenementen, webinars en nieuwsbrieven voor maximale impact bij IT-professionals.
- LinkedIn en YouTube zijn de platformen om je B2B-marketing kennis te delen en jezelf als thought leader te positioneren.
- IT-professionals geven de voorkeur aan visuele en interactieve content, zoals live presentaties, webinars en video's, boven lange teksten en podcasts.
- IT-professionals gebruiken voornamelijk netwerkevenementen om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen in hun vakgebied.

Contact

- Zet e-mail als primair kanaal in en gebruik LinkedIn en direct mail strategisch. Telefonisch opvolgen kan, maar alleen als de doelgroep hier voor open staat.
- Zorg dat je doelgroep je kent. Vertrouwen en bekendheid spelen namelijk een grote rol in de keuze om met een IT-bedrijf samen te werken.
- Demo's, pilots en Proof of Concepts (PoC) zijn essentieel voor IT-professionals om nieuwe producten te testen voordat ze een keuze maken. Hou hier rekening mee in het salesproces.
- Security en compliance zijn de belangrijkste criteria in het beslissingsproces, gevolgd door klantenservice, prijs en de mening van vakgenoten

Marktontwikkeling

- AI en cybersecurity zijn de meest gevolgde trends, terwijl onderwerpen zoals quantum computing en hyperautomatisering minder prioriteit hebben.
- Cybersecurity is een van de grootste uitdagingen voor IT-afdelingen, samen met kostenbeheer, talentwerving en data governance.

Over Leadgate

Leadgate Europe is hét online marketingbureau gericht op de IT-branche. Wij bieden IT-, Tech- en SaaS organisaties een vernieuwende, allesomvattende online marketing benadering. Wij leveren diverse marketing hulpmiddelen en diensten om een compleet proces voor online marketingcampagnes mogelijk te maken. Dit bieden wij aan als 'Marketing as a Service'. Hierdoor krijg je de beschikking over je eigen online marketingteam voor een vast bedrag per maand.

Leadgate Europe werkt op basis van meerdere specialismen mee in het bouwen en versterken van jouw merk en de merken die je voert. Deze specialismen zijn:

- ✓ Marketingstrategie
- ✓ Online advertising
- ✓ Website-optimalisatie
- ✓ E-mailmarketing
- ✓ Contentcreatie
- ✓ Social media

Heb je vragen over hoe de online marketing van jouw organisatie naar het volgende niveau kunt tillen? Of heb je andere online marketing gerelateerde vragen? Neem dan gerust vrijblijvend contact met ons op.

Neem contact met ons op

[CONTACT](#) →

