avanta

130 Vorteile von B2B E-Commerce

Der Leitfaden, um Mitstreiter, Entscheider und Skeptiker für die digitale Transformation zu gewinnen

Impressum

Whitepaper „130 Vorteile von B2B E-Commerce“

Konzept / Inhalt
ECOPLAN E-Commerce GmbH
Justus-Liebig-Straße 6
D-36093 Fulda-Künzell

Telefon: +49 661 9650-0
E-Mail: sales@ecoplan.com
Internet: www.ecoplan.com

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer:
Dipl. Informatiker Marc Ring
Dipl. Betriebswirt Martin Rommel
Registergericht: Amtsgericht Fulda
Registernummer: HRB 6004

Gender-Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Whitepaper die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet also keine Wertung, sondern hat lediglich redaktionelle Gründe.

Inhalt

01 Einleitung: Warum Digitalisierung im Vertrieb entscheidend ist 1

01.1 Die Rolle von B2B E-Commerce 1

01.2 Was dieses Whitepaper bietet 1

02 Mehr Umsatz realisieren 2

02.1 Skalierung und Reichweite 2

02.2 Cross- und Up-Selling 2

02.3 Produktausweitung und Flexibilität 3

02.4 Marketing- und Angebotsstrategien 4

02.5 Datengetriebene Verkaufsförderung 4

03 Kosten senken 6

03.1 Effizienzsteigerung im Vertrieb 6

03.2 Entfall von Marketingkosten 7

03.3 Optimierung von Prozesskosten 7

03.4 Zeitersparnis für Mitarbeiter 8

03.5 Skalierung ohne zusätzliche Kosten 8

03.6 Langfristige Vorteile durch Kostenoptimierung 9

04 Fachkräftemangel meistern 10

04.1 Entlastung der Mitarbeiter 10

04.2 Fokus auf strategisch wertvolle Aufgaben 11

04.3 Attraktivität als Arbeitgeber steigern 11

04.4 Langfristige Vorteile durch Automatisierung 12

05 Kundenbindung stärken 14

05.1 Verbesserte Kundenerfahrung durch digitale Services 14

05.2 Gezielte Kundenbindung durch Integration 15

05.3 Langfristige Kundenbindung durch Datenanalyse 15

05.4 Vereinfachung der Interaktion 15

05.5 Wettbewerbsvorteil durch exzellente Kundenbindung 16

06 Fehler minimieren – Qualität sichern 17

06.1 Reduktion von Fehlern auf Käuferseite 17

06.2 Reduktion von Fehlern auf Verkäuferseite 18

06.3 Qualitätssicherung durch Automatisierung 18

06.4 Langfristige Vorteile durch Qualitätsverbesserung 19

07 Unterstützung des eigenen Vertriebs 20
07.1 Direkte Unterstützung der Vertriebsarbeit 20
07.2 Dashboards und Analysen: Das Vertriebsteam stärken 21
07.3 Verkaufsförderung durch integrierte Workflows 22
07.4 Langfristige Vorteile für den Vertrieb 22

08 Bessere Planung und Entscheidungsfindung 24
08.1 Datenbasierte Produktplanung 24
08.2 Trendanalysen und Marktbeobachtung 25
08.3 Langfristige Vorteile durch datengetriebene Planung 26

09 Schnelle Amortisation durch Digitalisierung 27
09.1 Umsatzsteigerungen als ROI-Treiber 27
09.2 Kostensenkungen als ROI-Faktor 28
09.3 Kurzfristige Amortisation 28
09.4 Langfristige Vorteile einer Digitalisierung 29

10 Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist, in B2B E-Commerce zu investieren 30
10.1 Chancen in der Krise 30
10.2 Veränderte Kundenbedürfnisse 30
10.3 Wettbewerbsvorteil durch Digitalisierung 31
10.4 Der Preis des Zögerns 31
10.5 Fazit: Jetzt handeln 32

01 Einleitung: Warum Digitalisierung im Vertrieb entscheidend ist

01.1 Die Rolle von B2B E-Commerce

Die Geschäftswelt verändert sich rapide. Digitalisierung, Automatisierung und veränderte Kundenbedürfnisse fordern von Unternehmen im B2B-Bereich schnelle Anpassung und Innovationsbereitschaft. Kunden erwarten heute von Lieferanten und Geschäftspartnern die gleiche Effizienz und Bequemlichkeit, die sie aus ihrem privaten Einkaufserlebnis gewohnt sind: intuitive Benutzeroberflächen, schnelle Bestellprozesse und Verfügbarkeit rund um die Uhr.

Der digitale Wandel im Vertrieb ist dabei keine Option mehr – er ist zur Notwendigkeit geworden. Studien zeigen, dass Unternehmen mit einer modernen digitalen Vertriebsstrategie nicht nur Umsatz und Effizienz steigern, sondern auch langfristig wettbewerbsfähig bleiben.

01.2 Was dieses Whitepaper bietet

In diesem Whitepaper erfahren Sie:

- Wie ein B2B E-Commerce-System Ihnen dabei hilft, Umsätze zu steigern.
- Welche Kostensenkungspotenziale durch Automatisierung freigesetzt werden.
- Warum ein starkes Online-System die Kundenbindung entscheidend verbessert.
- Wie Unternehmen konkret von digitalisierten Prozessen profitieren.

Egal, ob Sie selbst überzeugt sind oder andere Entscheider in Ihrem Unternehmen ins Boot holen müssen – dieses Whitepaper gibt Ihnen alle Argumente an die Hand, um den Wert eines B2B E-Commerce Systems zu verstehen und zu kommunizieren.

02 Mehr Umsatz realisieren

02.1 Skalierung und Reichweite

Mit einem B2B E-Commerce-System öffnen sich Türen, die vorher verschlossen waren:

- **24/7-Verfügbarkeit**
  Umsatz wird auch außerhalb der regulären Geschäftszeiten generiert. Kunden können rund um die Uhr Bestellungen aufgeben, ohne auf die Erreichbarkeit des Vertriebs angewiesen zu sein.

- **Neue Kunden im Inland gewinnen**
  Erreichen Sie auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die häufig Online-Shops bevorzugen, um kleinere Bestellmengen unkompliziert zu kaufen.

- **Internationale Märkte erschließen**
  Ein B2B E-Commerce System ermöglicht den
  Zugang zu Kunden in anderen Ländern, ohne eine physische Präsenz aufbauen zu müssen. Dies reduziert Markteintrittsbarrieren und minimiert Investitionsrisiken.

- **Digitale Sichtbarkeit erhöhen**
  Mit gezielten Online-Marketingmaßnahmen steigern Sie Ihre Reichweite und generieren zusätzlichen Traffic, der direkt in Ihrem Shop zu Umsatz führt.

Praxisbeispiel
Ein Großhändler für industrielle Komponenten nutzte ein E-Commerce-System, um Zugang zu Märkten in Osteuropa zu gewinnen. Innerhalb eines Jahres generierten diese neuen Märkte über 40 % des Umsatzwachstums des Unternehmens.

02.2 Cross- und Up-Selling

Ein B2B E-Commerce System maximiert den Warenkorbwert Ihrer Kunden:

- **Gezielte Produktempfehlungen**
  Kunden erhalten passende Vorschläge für ergänzende Produkte (z. B. Zubehör, Ersatzteile oder passende Verbrauchsartikel) oder Produkte aus einer höheren oder niedrigeren Preiskategorie.

- **Hinweis auf Ersatzartikel**
  Ist ein Produkt derzeit oder auch in Zukunft nicht mehr erhältlich, werden den Kunden passende Ersatzartikel angezeigt.

- **Personalisierte Warenkörbe**
  Nutzen Sie die Daten aus dem Kaufverhalten Ihrer Kunden, um attraktive Bundles oder Rabattaktionen zu gestalten.

Unternehmen, die gezielte Cross-und Up-Selling-Strategien einsetzen, berichten von einem um durchschnittlich **15–20% höheren Bestellwert.**

(Befragung B2B Shop Betreiber Oktober 2024 Statista)

02.3 Produktausweitung und Flexibilität

Ein B2B E-Commerce System eröffnet völlig neue Möglichkeiten, Produkte und Dienstleistungen einzuführen und flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren:

- **Schnellere Time-to-Market**
  Neue Produkte können sofort im Online-Shop verfügbar gemacht werden – ohne lange Vorlaufzeiten wie bei der Produktion und Verteilung gedruckter Kataloge.

- **Erweiterung des Sortiments**
  E-Commerce-Plattformen bieten praktisch unbegrenzten Platz für Produkte. Das ermöglicht es, das Portfolio dynamisch zu erweitern.

- **Reaktion auf Trends**
  Marktveränderungen oder Nachfragetrends können durch Anpassung des Sortiments schnell berücksichtigt werden.

Praxisbeispiel
Ein Unternehmen im Bereich Industrietechnik nutzte seinen Online-Shop, um kurzfristig Produkte zur Pandemie-Bekämpfung wie Hygieneartikel und Schutzmasken anzubieten. Innerhalb von Wochen wurden diese Artikel zum umsatzstärksten Segment im Shop.

02.4 Marketing- und Angebotsstrategien

Ein B2B E-Commerce System unterstützt Ihre Marketing- und Verkaufsaktivitäten:

- **Dynamische Preisgestaltung**
  Rabatte, Sonderangebote oder Staffelpreise können flexibel und in Echtzeit angepasst werden, um auf saisonale Schwankungen oder Wettbewerbsdruck zu reagieren.

- **Zielgruppenspezifische Kampagnen**
  Nutzen Sie die Daten aus dem E-Commerce-System, um maßgeschneiderte Marketingaktionen für bestimmte Kundengruppen zu erstellen.

74% der B2B-Kunden geben an, dass individuelle Angebote und personalisierte Erlebnisse im Online-Shop ihre **Kaufentscheidung positiv beeinflussen**.

(Gartner Studie „B2B Buying“ 2024)

02.5 Datengetriebene Verkaufsförderung

B2B E-Commerce Systeme liefern wertvolle Erkenntnisse, die den Umsatz gezielt steigern:

- **Analyse des Kaufverhaltens**
  Verfolgen Sie, welche Produkte besonders beliebt sind, und fördern Sie deren Verkauf durch gezielte Marketingmaßnahmen.

- **Identifikation von Markttrends**
  Suchen Sie nach Mustern in Suchanfragen oder Kaufhistorien, um potenzielle Umsatztreiber frühzeitig zu erkennen.

- **Optimierung der Produktplanung**
  Nutzen Sie Daten des Nutzerverhaltens in Verbindung mit der Warenverfügbarkeit und passen Sie Ihre Produktmengen planung an.

25 % Umsatzwachstum:
Unternehmen, die E-Commerce-Lösungen eingeführt haben, berichten im Schnitt von signifikanten Steigerungen im ersten Jahr.

(Copenhagen Economics „DIE BEDEUTUNG DES E-COMMERCE FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT“ 2021)

Fazit

Ein B2B E-Commerce System ist der Schlüssel, um Umsatzpotenziale voll auszuschöpfen. Von der Skalierung auf neue Märkte bis hin zur Einführung datengetriebener Verkaufsstrategien – die Möglichkeiten sind vielseitig und auf langfristigen Erfolg ausgelegt. Unternehmen, die diese Chancen nutzen, sichern sich einen erheblichen Wettbewerbsvorteil und profitieren von nachhaltig gesteigerten Umsätzen.

03 Kosten senken

Neben der Umsatzsteigerung bietet ein B2B E-Commerce System erhebliche Möglichkeiten zur Kostensenkung. Von der Reduktion von Prozess- und Materialkosten bis hin zu einer effizienteren Nutzung von Ressourcen – die Vorteile sind zahlreich. Im Folgenden werden die wichtigsten Ansätze zur Kostensenkung aufgezeigt.

03.1 Effizienzsteigerung im Vertrieb

Der Vertrieb ist häufig mit zeitintensiven Aufgaben wie der manuellen Bestellerfassung, der Angebotserstellung und der Bearbeitung von Standardanfragen beschäftigt. Ein E-Commerce-System reduziert diesen Aufwand erheblich:

- **Automatisierte Bestellprozesse**
  Kunden können Bestellungen direkt im System aufgeben, wodurch manuelle Eingaben durch Vertriebsmitarbeiter entfallen. Dies minimiert Fehler und spart Arbeitszeit.

- **Reduzierter Kommunikationsaufwand**
  Standardfragen wie Verfügbarkeitsabfragen oder Lieferstatus werden über das Self-Service-Portal beantwortet, ohne dass ein Mitarbeiter eingreifen muss.

- **Schnellere Angebotserstellung**
  Mit automatisierten Tools können Angebote auf Basis aktueller Preise und Verfügbarkeiten in Echtzeit erstellt werden.

Praxisbeispiel

Ein mittelständisches Unternehmen im Handel sparte nach der Einführung eines E-Commerce-Systems 30 % der Zeit, die vorher für die Bearbeitung manueller Bestellungen benötigt wurde. Die freigewordene Kapazität wurde genutzt, um den Vertrieb auf die Akquise neuer Kunden auszurichten.

03.2 Entfall von Marketingkosten

E-Commerce-Systeme bieten digitale Lösungen, die den Bedarf an gedruckten Materialien drastisch reduzieren:

- **Wegfall von Druckkosten**
  Gedruckte Produktkataloge, Preislisten und Broschüren gehören der Vergangenheit an. Stattdessen stehen aktuelle Informationen jederzeit online zur Verfügung.

- **Effiziente Updates**
  Änderungen an Produkten oder Preisen können sofort in der digitalen Plattform vorgenommen werden, ohne Neuauflagen gedruckter Materialien.

- **Reduzierter Versandaufwand**
  Dokumente wie Preislisten, Produktdatenblätter oder Kataloge müssen nicht per E-Mail oder Post versendet werden.

> Laut einer Umfrage unter deutschen B2B-Unternehmen konnten 65 % durch die Umstellung auf digitale Kataloge ihre **Kosten** um **mindestens 20 % senken**.
>
> (Statista, 2022)

03.3 Optimierung von Prozesskosten

Ein B2B E-Commerce System vereinfacht und optimiert viele Prozesse, die bisher manuell oder über separate Systeme abgewickelt wurden:

- **Retourenmanagement**
  Automatisierte Rückgabeprozesse reduzieren den Aufwand und die Fehlerquote. Kunden können Retouren eigenständig im Portal anmelden und verfolgen.

- **Verfügbarkeitsabfragen**
  Kunden sehen in Echtzeit, ob ein Produkt verfügbar ist, wodurch telefonische oder schriftliche Anfragen überflüssig werden.

- **Automatisierte Auftragsabwicklung**
  Vom Eingang der Bestellung bis zur Lieferung wird der gesamte Prozess digital abgewickelt, ohne manuelle Eingriffe.

Praxisbeispiel
Ein Hersteller von Baumaschinen reduzierte die Bearbeitungszeit für Retouren um 50 %, indem er einen automatisierten Prozess in sein E-Commerce-System integrierte. Dadurch konnte der Kundensupport entlastet werden.

03.4 Zeitersparnis für Mitarbeiter

Durch Automatisierung und digitale Tools werden Mitarbeiter von wiederkehrenden Aufgaben entlastet und können ihre Zeit effizienter nutzen:

- **Entlastung durch Self-Service**
  Kunden können eigenständig Bestellungen aufgeben, Rechnungen herunterladen oder Informationen zu Lieferzeiten abrufen. Dies reduziert den Aufwand im Kundensupport erheblich.

- **Mehr Zeit für strategische Aufgaben**
  Vertriebsmitarbeiter können sich auf beratungsintensive Gespräche oder Neukundengewinnung konzentrieren, statt Zeit mit administrativen Aufgaben zu verbringen.

03.5 Skalierung ohne zusätzliche Kosten

Ein B2B E-Commerce System ermöglicht es Unternehmen, ihr Geschäft zu skalieren, ohne die Vertriebskosten proportional zu erhöhen:

- **Unbegrenzte Bestellmengen**
  Der Online-Shop kann theoretisch unendlich viele Bestellungen gleichzeitig bearbeiten, ohne dass zusätzliche Ressourcen benötigt werden.

- **Effiziente Kundenbetreuung**
  Selbst bei steigenden Kundenzahlen bleibt der Aufwand dank digitaler Prozesse konstant.

03.6 Langfristige Vorteile durch Kostenoptimierung

Die Einführung eines E-Commerce-Systems schafft nicht nur kurzfristige Einsparungen, sondern hat auch langfristige Vorteile:

- **Wettbewerbsvorteil**
  Effizientere Prozesse und reduzierte Kosten ermöglichen es, wettbewerbsfähige Preise anzubieten.

- **Risikominimierung**
  Automatisierte Prozesse sind weniger fehleranfällig und sorgen für eine höhere Prozessqualität.

- **Nachhaltigkeit**
  Der Wegfall von gedruckten Materialien und der geringere Ressourcenverbrauch tragen zu einem nachhaltigeren Unternehmensansatz bei.

Wegfall von Prospekten bei Rewe: Einsparung von **73.000 Tonnen** Papier und **70.000 Tonnen** CO_2 pro Jahr.

(Rewe)

Fazit

Ein B2B E-Commerce System senkt nicht nur Kosten, sondern optimiert auch Arbeitsabläufe und Ressourcen. Von der Automatisierung im Vertrieb über die Reduktion physischer Materialien bis hin zur Effizienzsteigerung in der Auftragsabwicklung – die Vorteile sind vielfältig und nachhaltig. Unternehmen, die diese Potenziale nutzen, stärken ihre Wettbewerbsposition und legen den Grundstein für langfristigen Erfolg.

04 Fachkräftemangel meistern

Der Fachkräftemangel stellt Unternehmen vor eine doppelte Herausforderung: Einerseits wird es immer schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter für komplexere Aufgaben wie Kundenberatung oder strategische Planungen zu finden. Andererseits fehlt auch das Personal für repetitive Tätigkeiten wie die Erfassung von Bestellungen, die Bearbeitung von Retouren oder die Beantwortung von Anfragen zur Warenverfügbarkeit.

Ein B2B E-Commerce System kann diese Lücken schließen, indem es digitale Lösungen bietet, die Arbeitsprozesse effizienter gestalten und die vorhandenen Ressourcen optimal nutzen.

04.1 Entlastung der Mitarbeiter

Ein E-Commerce-System übernimmt zeitaufwendige und wiederkehrende Aufgaben, wodurch Mitarbeiter für wichtigere Tätigkeiten freigesetzt werden:

Automatisierung von Routineaufgaben

- Bestellerfassung, Angebotserstellung und Verfügbarkeitsprüfungen werden vollständig automatisiert, sodass Mitarbeiter entlastet werden.
- Retouren können digital abgewickelt werden, wodurch die Bearbeitungszeit erheblich sinkt.

Self-Service-Portale

- Kunden können eigenständig Bestellungen aufgeben, Rechnungen herunterladen oder Lieferzeiten einsehen. Dies reduziert den telefonischen und schriftlichen Kundensupport.

Fehlerreduktion

- Automatisierte Prozesse minimieren die Wahrscheinlichkeit von Fehlern bei der Dateneingabe oder der Bestellabwicklung. Dies spart nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Prozessqualität.

Praxisbeispiel
Ein Großhändler für Elektrokomponenten konnte nach der Einführung eines Self-Service-Portals 40 % weniger Anfragen zu Verfügbarkeiten und Lieferzeiten verzeichnen. Dies entlastete das Team erheblich und ermöglichte eine Fokussierung auf komplexere Kundenanliegen.

04.2 Fokus auf strategisch wertvolle Aufgaben

Durch die Automatisierung gewinnen Mitarbeiter Zeit, die sie für strategisch wertvolle Aufgaben nutzen können:

Mehr Zeit für Kundenberatung

- Vertriebsmitarbeiter können sich intensiver um beratungsintensive oder umsatzintensive Kunden kümmern, anstatt sich mit administrativen Aufgaben zu beschäftigen.
- Die Zeitersparnis ermöglicht es, individuelle Kundenbedürfnisse besser zu adressieren und den Umsatz pro Kunde zu steigern.

Strategische Kundenbetreuung

- Vertriebsmitarbeiter können proaktiv auf Schlüsselkunden zugehen, deren Bedürfnisse analysieren und maßgeschneiderte Angebote entwickeln.
- Daten aus dem E-Commerce-System geben wertvolle Einblicke in Kaufverhalten und Präferenzen, was die Betreuung zielgerichteter macht.

Höhere Produktivität

- Ein digital unterstütztes Vertriebsteam kann mehr Kunden betreuen, ohne Abstriche bei der Qualität zu machen.

04.3 Attraktivität als Arbeitgeber steigern

Der Fachkräftemangel betrifft nicht nur den Vertrieb, sondern auch die Personalgewinnung. Ein modernes B2B E-Commerce System hilft, das Unternehmen für bestehende und potenzielle Mitarbeiter attraktiver zu machen:

Moderne Arbeitsumgebung

- Digitale Tools und Prozesse ziehen technikaffine Talente an, die mit analogen Prozessen nicht arbeiten möchten.
- Automatisierte Systeme signalisieren Innovation und Fortschritt.

Flexibilität und Entlastung

- Mitarbeiter profitieren von effizienteren Arbeitsabläufen und weniger Stress durch repetitive Aufgaben.
- Das Unternehmen wird als moderner und mitarbeiterorientierter Arbeitgeber wahrgenommen.

Anpassung an demografische Veränderungen

- Die jüngere Generation erwartet digitale Arbeitsumgebungen und ist mit modernen Tools vertraut. Unternehmen, die auf Digitalisierung setzen, können diese Talente leichter gewinnen und langfristig binden.

> Laut einer Studie von McKinsey sehen 60 % der jungen Fachkräfte **digitale Tools** als entscheidenden Faktor bei der Wahl eines Arbeitgebers.
>
> (McKinsey, 2023)

04.4 Langfristige Vorteile durch Automatisierung

Ein B2B E-Commerce System reduziert nicht nur den aktuellen Fachkräftebedarf, sondern bietet langfristige Vorteile:

- **Weniger Nachteile durch Personalmangel**

Automatisierte Prozesse ersetzen repetitive Aufgaben und machen Unternehmen weniger anfällig für den Arbeitskräftemangel.

- **Effizienzsteigerung trotz steigender Anforderungen**
  Auch bei wachsendem Kundenstamm bleibt der Ressourceneinsatz konstant, da der Online-Shop problemlos skaliert werden kann.

- **Wettbewerbsvorteil**
  Unternehmen, die effizienter arbeiten, können schneller auf Kundenanfragen reagieren und gleichzeitig die Kosten niedrig halten.

Fazit

Ein B2B E-Commerce System hilft Unternehmen, den Fachkräftemangel effektiv zu bewältigen. Indem Routineaufgaben automatisiert, Self-Service-Optionen für Kunden geschaffen und die Arbeit von Vertriebsmitarbeitern optimiert wird, können Unternehmen nicht nur effizienter arbeiten, sondern auch ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern. Unternehmen, die diese Potenziale frühzeitig nutzen, sichern sich langfristig eine stabile und wettbewerbsfähige Position.

05 Kundenbindung stärken

Die Kundenbindung ist für Unternehmen von zentraler Bedeutung, da bestehende Kunden wesentlich zum langfristigen Erfolg beitragen. Ein B2B E-Commerce System ermöglicht es, die Kundenbeziehungen durch individuelle Services, bessere Informationen und eine vereinfachte Interaktion nachhaltig zu stärken. Darüber hinaus können digitale Tools eingesetzt werden, um Kundenbedürfnisse zu verstehen und gezielt darauf einzugehen.

05.1 Verbesserte Kundenerfahrung durch digitale Services

Eine hervorragende Kundenerfahrung ist der Schlüssel zu langfristiger Loyalität. Ein E-Commerce-System macht den gesamten Kaufprozess für Kunden schneller, bequemer und transparenter:

- **Self-Service-Portale**
  Kunden können Bestellungen aufgeben, Rechnungen herunterladen und Lieferstatusabfragen durchführen – rund um die Uhr und unabhängig vom Vertrieb.

- **Echtzeitinformationen**
  Kunden erhalten sofortige Auskunft zu Verfügbarkeit, Preisen und Lieferzeiten. Dies reduziert Frustration und fördert Vertrauen.

- **Individuelle Dashboards**
  Personalisierte Kundenbereiche zeigen Bestellhistorien, bevorzugte Produkte und individuelle Angebote an.

Praxisbeispiel

Ein Lieferant für Automobilteile implementierte ein Self-Service-Portal, das es Kunden ermöglichte, häufig bestellte Produkte in wenigen Klicks nachzubestellen. Das Ergebnis: Die Wiederbestellrate stieg um 25 %, und der Supportaufwand reduzierte sich erheblich.

05.2 Gezielte Kundenbindung durch Integration

Ein B2B E-Commerce System ermöglicht eine nahtlose Integration in die Beschaffungsprozesse Ihrer Kunden, was die Beziehung erheblich stärkt:

- **Anbindung von ERP-/Warenwirtschaftssystemen der Kunden**
  Eine nahtlose Integration zwischen dem Shop und dem ERP- / Warenwirtschafts system des Kunden per OCI-PunchOut stärkt die Beziehung, da Bestellungen effizienter abgewickelt werden können.

- **Anbindung von Bestellplattformen**
  Eine nahtlose Integration zwischen den Bestellplattformen der Kunden (z. B. SAP Ariba, Jaegger, Onventis) per cXML-PunchOut stärkt die Beziehung, da Bestellungen effizienter abgewickelt werden können.

05.3 Langfristige Kundenbindung durch Datenanalyse

Daten aus dem B2B E-Commerce System bieten wertvolle Einblicke, die zur Stärkung der Kundenbindung genutzt werden können:

- **Verständnis der Kundenbedürfnisse**
  Analysen zu Kaufverhalten und Suchanfragen helfen, Trends zu erkennen und gezielt darauf zu reagieren.

- **Proaktive Ansprache**
  Automatisierte Erinnerungen oder Vorschläge für Nachbestellungen halten die Interaktion mit Kunden aufrecht.

- **Identifikation von Kundenabwanderung**
  Mithilfe von Daten können abwanderungsgefährdete Kunden frühzeitig erkannt und durch gezielte Maßnahmen reaktiviert werden.

05.4 Vereinfachung der Interaktion

Ein B2B E-Commerce System sorgt für eine nahtlose und unkomplizierte Kommunikation mit Ihren Kunden:

- **Optimierte Kommunikation**
  Kunden können über integrierte Chats oder FAQs schnell Antworten auf ihre Fragen erhalten. Dies reduziert den Supportaufwand.

- **Mobile Accessibility**
  Mobile-optimierte Shops ermöglichen es Kunden, auch unterwegs Bestellungen aufzugeben oder Informationen abzurufen.

- **Konsistentes Einkaufserlebnis**
  Einheitliche Darstellungen von Produkten und Services über alle Kanäle hinweg fördern das Vertrauen und stärken die Markenbindung.

05.5 Wettbewerbsvorteil durch exzellente Kundenbindung

Ein hochwertiges E-Commerce-System sorgt nicht nur für zufriedene Kunden, sondern verschafft Ihnen auch einen entscheidenden Vorteil im Wettbewerb:

- **Bessere Kundenbindung als Ihre Mitbewerber**
  Unternehmen mit herausragenden digitalen Services binden ihre Kunden langfristig und erhöhen die Wiederkaufsrate.

- **Höhere Margen durch loyale Kunden**
  Zufriedene Kunden sind weniger preissensibel und eher bereit, zusätzliche Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben.

> **86 %** der B2B-Kunden sind bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn sie eine außergewöhnliche Service-erfahrung erhalten.
>
> (Forrester, 2023)

Fazit

Ein B2B E-Commerce System ist nicht nur ein Vertriebskanal, sondern ein Werkzeug zur langfristigen Kundenbindung. Durch personalisierte Services, nahtlose Integration und datengetriebene Strategien schaffen Unternehmen ein Einkaufserlebnis, das Kunden begeistert und loyal macht. Wer in ein starkes digitales System investiert, sichert sich nicht nur wiederkehrende Umsätze, sondern auch einen entscheidenden Vorteil im Wettbewerb.

06 Fehler minimieren – Qualität sichern

Fehler in Prozessen kosten Unternehmen nicht nur Zeit und Geld, sondern können auch die Kundenzufriedenheit beeinträchtigen. Ein B2B E-Commerce System hilft, diese Fehler zu minimieren, indem es standardisierte, automatisierte und digitale Prozesse bereitstellt. Dies führt nicht nur zu einer höheren Effizienz, sondern auch zu einer besseren Qualitätssicherung – sowohl auf der Käufer- als auch auf der Verkäuferseite.

06.1 Reduktion von Fehlern auf Käuferseite

Ein B2B E-Commerce System reduziert Fehler, die Kunden während des Bestellprozesses unterlaufen könnten:

- **Automatisierte Validierungen**
  Das System überprüft Bestellungen auf Vollständigkeit und Konsistenz, bevor diese abgeschlossen werden. Fehler wie unvollständige Angaben oder fehlerhafte Produktkombinationen werden direkt erkannt und korrigiert.

- **Eindeutige Produktinformationen**
  Umfangreiche und klar strukturierte Produktbeschreibungen sowie technische Spezifikationen verhindern Missverständnisse und Fehlbestellungen.

- **Warnhinweise in Echtzeit**
  Das System zeigt sofort an, wenn ein Produkt nicht verfügbar ist, eine Mindestbestellmenge unterschritten wird oder Alternativen empfohlen werden können.

- **Kundenspezifische Sortimente**
  Intelligente B2B E-Commerce Systeme zeigen Kunden nur die Produkte an, die für sie relevant sind – beispielsweise Ersatzteile, die auf Basis einer Stückliste der eingesetzten Maschinen gefiltert werden. Dies verhindert Fehlkäufe nahezu vollständig.

Praxisbeispiel
Ein Hersteller von Industriemaschinen implementierte ein kundenspezifisches Sortimentssystem. Dadurch sanken die Fehlbestellungen um 80 %, da Kunden nur relevante Ersatzteile angezeigt bekamen.

06.2 Reduktion von Fehlern auf Verkäuferseite

Auch auf Seiten des Unternehmens hilft ein E-Commerce-System, Fehler zu minimieren und die Qualität der Prozesse zu sichern:

- **Digitale Auftragserfassung**
  Bestellungen werden direkt ins ERP-System übertragen, ohne manuelle Zwischenschritte. Dies verhindert Eingabefehler und stellt sicher, dass alle relevanten Daten korrekt sind.

- **Aktuelle Daten**
  Automatische Synchronisationen garantieren, dass Preise, Verfügbarkeiten und andere Produktdaten immer auf dem neuesten Stand sind.

- **Standardisierte Prozesse**
  Einheitliche Workflows und automatisierte Abläufe minimieren Abweichungen und verbessern die Zuverlässigkeit der Auftragsabwicklung.

> Unternehmen, die ihre Auftragserfassung automatisiert haben, berichten von einer Reduktion der Fehlerquote um durchschnittlich **60 %**.
>
> (Statista, 2023)

06.3 Qualitätssicherung durch Automatisierung

Ein E-Commerce-System sorgt durch Automatisierung für eine durchgängige Qualitätssicherung:

- **Vermeidung von Lieferfehlern**
  Durch den Abgleich von Bestellungen mit Lagerbeständen und automatisierten Versandprozessen werden falsche oder unvollständige Lieferungen vermieden.

- **Retourenmanagement**
  Digitale Prozesse für Rücksendungen minimieren den Aufwand und stellen sicher, dass Rückgaben schnell und korrekt abgewickelt werden.

- **Transparente Bestellhistorie**
  Käufer und Verkäufer haben jederzeit Zugriff auf vergangene Transaktionen, was Missverständnisse und Rückfragen reduziert.

06.4 Langfristige Vorteile durch Qualitätsverbesserung

Die Einführung eines B2B E-Commerce Systems bietet nicht nur kurzfristige Effizienzgewinne, sondern hat auch nachhaltige Auswirkungen auf die Qualität Ihrer Geschäftsprozesse:

- **Höhere Kundenzufriedenheit**
  Fehlerfreie Bestellungen und transparente Prozesse stärken das Vertrauen Ihrer Kunden und fördern die Loyalität.

- **Zeit- und Kostenersparnis**
  Die Reduktion von Nachbearbeitungen, Reklamationen und Fehlbestellungen spart wertvolle Ressourcen.

- **Wettbewerbsvorteil**
  Unternehmen, die durch zuverlässige und fehlerfreie Prozesse überzeugen, heben sich von der Konkurrenz ab und werden zur bevorzugten Wahl ihrer Kunden.

Fazit

Ein B2B E-Commerce-System minimiert Fehler auf beiden Seiten – bei Käufern und Verkäufern – und sichert die Qualität Ihrer Prozesse. Von der Validierung von Bestellungen über die Automatisierung von Workflows bis hin zur Transparenz in der Bestellhistorie: Unternehmen, die diese Vorteile nutzen, sparen nicht nur Kosten, sondern gewinnen auch das Vertrauen ihrer Kunden. In einem wettbewerbsintensiven Markt ist ein zuverlässiger und fehlerfreier Ablauf ein entscheidender Faktor für langfristigen Erfolg.

07 Unterstützung des eigenen Vertriebs

B2B E-Commerce Systeme sind weit mehr als reine Online-Verkaufsplattformen. Sie bieten eine Vielzahl von Funktionen, die speziell darauf ausgerichtet sind, Vertriebsmitarbeiter bei ihrer Arbeit zu unterstützen. Durch die Integration von Kunden-Accounts, individualisierten Workflows und detaillierten Datenübersichten werden die Aufgaben des Vertriebs effizienter gestaltet. So können Vertriebsmitarbeiter ihre Zeit gezielter nutzen und ihren Fokus auf die Kundenbindung und Verkaufsförderung legen.

07.1 Direkte Unterstützung der Vertriebsarbeit

Ein B2B E-Commerce System bietet zahlreiche Funktionen, die speziell darauf ausgerichtet sind, den Vertrieb zu entlasten und zu stärken:

Aufschalten auf Kundenaccounts

- Vertriebsmitarbeiter können sich direkt auf die Accounts ihrer Kunden aufschalten, um...

  ...bei Fragen oder Problemen direkt zu unterstützen.

  ...Warenkörbe für den Kunden zu erstellen und zu optimieren.

  ...Produkte, Rabatte oder Sonderkonditionen vorzuschlagen.

Erstellung von Warenkörben und Angeboten

- Vertriebsmitarbeiter können individuell zusammengestellte Warenkörbe zu Angeboten umwandeln und direkt an die Kunden senden. Über integrierte Workflows können Rabatte oder Genehmigungen automatisiert freigegeben werden.

- Angebote lassen sich mit wenigen Klicks personalisieren und durch Rabattcodes ergänzen.

Praxisbeispiel

Ein Anbieter für Industriebedarf reduzierte den manuellen Aufwand im Vertrieb um 21 %, da Vertriebsmitarbeiter Warenkörbe direkt für ihre Kunden vorbereiten und über das System individualisierte Angebote versenden konnten.

07.2 Dashboards und Analysen: Das Vertriebsteam stärken

Ein B2B E-Commerce System dient nicht nur als Verkaufsplattform, sondern oft auch als Mini-CRM-System. Es liefert wertvolle Daten und Einblicke, die die Vertriebsarbeit optimieren:

Übersichtliche Dashboards

Vertriebsmitarbeiter können auf eine zentrale Übersicht zugreifen, die alle relevanten Daten zu ihren Kunden enthält, z. B.:

- Aktuelle Umsätze
- Bestellhistorien
- Häufig gekaufte Produkte

Kundenanalyse

- Detaillierte Einblicke in das Kaufverhalten ermöglichen es, gezielte Verkaufsstrategien zu entwickeln.
- Identifikation inaktiver Kunden, die durch gezielte Angebote reaktiviert werden können.

Trendanalyse

- Datenbasierte Erkenntnisse helfen, Produkte zu fördern, die besonders beliebt oder saisonal gefragt sind.

> Laut einer Studie von Forrester gaben **72 %** der Vertriebsmitarbeiter an, dass Echtzeit-Daten aus einem E-Commerce-System ihre Verkaufschancen erheblich verbessern.
>
> (Forrester, 2023)

07.3 Verkaufsförderung durch integrierte Workflows

Ein modernes B2B E-Commerce System fördert nicht nur die Effizienz, sondern auch die Effektivität des Vertriebs:

- **Genehmigungs-Workflows**
  Rabatte oder Sonderkonditionen können schnell und automatisch durch vordefinierte Prozesse freigegeben werden. Dies spart Zeit und erhöht die Flexibilität.

- **Direkte Zusammenarbeit mit Kunden**
  Kunden können auf vom Vertrieb erstellte Warenkörbe zugreifen, Änderungen vornehmen und die Bestellung direkt abschließen. Dies schafft Transparenz und reduziert Missverständnisse.

- **Proaktive Ansprache**
  Vertriebsmitarbeiter können durch das System Benachrichtigungen erhalten, wenn Kunden längere Zeit inaktiv waren oder abgebrochene Warenkörbe vorliegen.

07.4 Langfristige Vorteile für den Vertrieb

Die Einführung eines B2B E-Commerce Systems hat tiefgreifende Auswirkungen auf die Arbeit des Vertriebs und bietet langfristige Vorteile:

- **Erhöhte Effizienz**
  Vertriebsmitarbeiter können sich auf beratungsintensive Kunden und strategische Aufgaben konzentrieren, während Routineaufgaben automatisiert werden.

- **Höhere Abschlussquote**
  Die Kombination aus Echtzeit-Daten, personalisierten Angeboten und effizienter Kommunikation steigert die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Abschlusses.

- **Wettbewerbsvorteil**
  Unternehmen mit digital unterstütztem Vertrieb agieren schneller, präziser und flexibler als ihre Konkurrenz.

Fazit

Ein modernes B2B E-Commerce System ist ein unverzichtbares Werkzeug, um den Vertrieb zu entlasten, zu stärken und effizienter zu gestalten. Mit Funktionen wie Dashboards, Kundenanalysen und personalisierten Workflows wird der Vertrieb nicht nur produktiver, sondern auch erfolgreicher. Unternehmen, die ihren Vertrieb durch digitale Tools unterstützen, schaffen eine solide Grundlage für Wachstum und langfristigen Erfolg.

08 Bessere Planung und Entscheidungsfindung

Ein B2B E-Commerce System bietet nicht nur eine Plattform für den Verkauf von Produkten, sondern auch ein wertvolles Instrument für die Datenanalyse und strategische Planung. Durch die Erfassung und Auswertung von Verkaufs-, Kunden- und Marktinformationen erhalten Unternehmen tiefere Einblicke in das Kundenverhalten, die Produktnachfrage und aktuelle Trends. Diese Daten ermöglichen eine fundierte Entscheidungsfindung und eine präzisere Produktplanung.

08.1 Datenbasierte Produktplanung

Ein B2B E-Commerce System sammelt eine Vielzahl an Daten, die Unternehmen für die Optimierung ihres Produktportfolios nutzen können:

Analyse der Nachfrage

- Verkaufszahlen zeigen auf, welche Produkte besonders gefragt sind, und helfen dabei, die Verfügbarkeit entsprechend zu planen.
- Saisonale Schwankungen können analysiert und in die Lager- und Produktionsplanung integriert werden.

Identifikation von Lücken im Sortiment

- Häufige Suchanfragen nach nicht verfügbaren Produkten geben Aufschluss darüber, welche Artikel ins Sortiment aufgenommen werden sollten.
- Proaktive Erweiterung des Produktportfolios basierend auf Kundenwünschen und -bedürfnissen.

Verbesserung bestehender Produkte

- Kundenbewertungen und -feedback liefern wertvolle Hinweise, wie Produkte weiterentwickelt oder angepasst werden können.

Praxisbeispiel
Ein Hersteller von Laborgeräten nutzte Suchanfragen und Kaufmuster, um ein Zubehörteil für ein beliebtes Produkt zu entwickeln. Innerhalb eines Jahres wurde das Zubehör zum umsatzstärksten Artikel im Sortiment.

08.2 Trendanalysen und Marktbeobachtung

Ein B2B E-Commerce System liefert wertvolle Einblicke in aufkommende Trends und Marktentwicklungen:

Identifikation von Trends

- Häufig gekaufte Produkte, Suchbegriffe oder saisonale Spitzen geben Hinweise auf zukünftige Marktbedürfnisse.
- Unternehmen können diese Informationen nutzen, um neue Produkte frühzeitig einzuführen oder bestehende Angebote anzupassen.

Regionale und branchenspezifische Analysen

- Daten zeigen, welche Produkte in bestimmten Regionen oder Branchen besonders beliebt sind. Dies hilft, Marketing- und Verkaufsstrategien gezielt darauf auszurichten.

Überwachung von Kundenpräferenzen

- Analyse von bevorzugten Zahlungsmethoden, Lieferoptionen oder Produktkategorien, um das Einkaufserlebnis weiter zu optimieren.

Unternehmen, die datenbasierte Marktanalysen nutzen, berichten von einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung von **20 %**.

(Statista, 2023)

08.3 Langfristige Vorteile durch datengetriebene Planung

Die kontinuierliche Nutzung von E-Commerce-Daten bietet Unternehmen zahlreiche Vorteile:

- **Kostensenkung**
  Präzisere Planung reduziert Lager- und Logistikkosten.
- **Umsatzsteigerung**
  Kundenwünsche werden besser bedient, und stark nachgefragte Produkte sind stets verfügbar.
- **Wettbewerbsvorteil**
  Unternehmen, die schneller und datenbasiert auf Marktveränderungen reagieren, setzen sich von der Konkurrenz ab.
- **Höhere Kundenzufriedenheit**
  Ein auf Daten basiertes Sortiment garantiert, dass Kunden das finden, was sie suchen – zur richtigen Zeit und am richtigen Ort.

Fazit

Ein B2B E-Commerce-System bietet Unternehmen nicht nur einen digitalen Vertriebskanal, sondern auch eine leistungsstarke Plattform für datenbasierte Planung und Entscheidungsfindung. Von der Optimierung des Produktportfolios über die Analyse von Trends bis hin zu präzisen Prognosen – die Vorteile sind enorm. Unternehmen, die diese Daten nutzen, sind nicht nur effizienter, sondern auch besser auf die Anforderungen eines sich schnell verändernden Marktes vorbereitet.

09 Schnelle Amortisation durch Digitalisierung

Die Einführung eines B2B E-Commerce Systems wird häufig als große Investition wahrgenommen. Doch in der Realität amortisiert sich diese Investition oft schneller als erwartet – durch Umsatzsteigerungen, Kostensenkungen und Effizienzgewinne. Unternehmen profitieren nicht nur finanziell, sondern auch strategisch, da ein digitaler Vertriebskanal langfristige Wettbewerbsvorteile schafft.

In diesem Kapitel zeigen wir, warum sich die Digitalisierung des Vertriebs auszahlt und wie Sie den Return on Investment (ROI) greifbar machen können.

09.1 Umsatzsteigerungen als ROI-Treiber

Ein B2B E-Commerce System eröffnet neue Umsatzpotenziale, die zur schnellen Amortisation der Investition beitragen:

- **Erschließung neuer Märkte**
  Unternehmen können internationale Märkte erreichen, ohne physische Präsenz aufzubauen. Neue Zielgruppen, wie kleinere Unternehmen oder digital-affine Einkäufer, erhöhen das Umsatzvolumen.

- **Höherer durchschnittlicher Bestellwert**
  Funktionen wie Cross- und Up-Selling sowie personalisierte Empfehlungen fördern größere Warenkörbe und mehr Bestellungen.

- **Wiederkehrende Umsätze**
  Kunden, die regelmäßig den Online-Shop nutzen, generieren stabile Einnahmen und reduzieren die Abhängigkeit von Neukundengeschäften.

> Unternehmen berichten im Durchschnitt von einer Umsatzsteigerung um **23 %** im ersten Jahr nach der Einführung eines E-Commerce-Systems.
>
> (Statista, 2023)

09.2 Kostensenkungen als ROI-Faktor

Neben Umsatzsteigerungen sorgt ein B2B E-Commerce-System für signifikante Kosteneinsparungen:

- **Automatisierung von Prozessen**
  Die Digitalisierung von Aufgaben wie Bestellerfassung, Retourenmanagement und Angebotserstellung reduziert Arbeitskosten und minimiert Fehler.

- **Wegfall physischer Vertriebsmaterialien**
  Gedruckte Kataloge und Broschüren werden durch digitale Alternativen ersetzt, was Druck- und Versandkosten einspart.

- **Effiziente Lager- und Logistikprozesse**
  Durch die Nutzung von Echtzeit-Daten können Lagerbestände und Lieferungen besser geplant werden, was Lagerkosten senkt.

Praxisbeispiel
Ein mittelständisches Unternehmen aus der Chemiebranche sparte nach der Einführung eines E-Commerce-Systems 15 % der jährlichen Marketingkosten ein, da die Anzahl gedruckter Kataloge drastisch reduziert und administrative Prozesse automatisiert wurden.

09.3 Kurzfristige Amortisation

Viele Unternehmen stellen fest, dass sich die Investition in ein E-Commerce-System schneller amortisiert als erwartet:

- **Geringe Anlaufkosten durch modulare Systeme**
  Moderne E-Commerce-Systeme sind oft modular aufgebaut und skalierbar. Unternehmen können mit einem Basisumfang starten und diesen bei Bedarf erweitern, wodurch die anfänglichen Kosten gering gehalten werden.

- **Erste Erfolge innerhalb weniger Monate**
  Unternehmen berichten häufig bereits in den ersten Monaten nach der Einführung von spürbaren Effekten wie Umsatzsteigerungen und Kostensenkungen.

- **Langfristige Einsparungen**
  Einmal etablierte digitale Prozesse reduzieren über Jahre hinweg kontinuierlich Kosten.

09.4 Langfristige Vorteile einer Digitalisierung

Die Vorteile eines B2B E-Commerce Systems gehen weit über die kurzfristige Amortisation hinaus:

- **Wettbewerbsvorteil**
  Unternehmen mit einer effizienten digitalen Infrastruktur können schneller und flexibler auf Kundenbedürfnisse reagieren.

- **Skalierbarkeit**
  Ein E-Commerce-System ermöglicht es, Umsatz zu steigern, ohne die Kosten proportional zu erhöhen.

- **Nachhaltigkeit**
  Durch digitale Prozesse reduzieren Unternehmen ihren ökologischen Fußabdruck und stärken ihre Position als verantwortungsbewusster Partner.

> **83 %** der Unternehmen geben an, dass sich ihre Investition in B2B E-Commerce innerhalb der ersten zwei Jahre vollständig amortisiert hat.
>
> (Forrester, 2023)

10 Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist, in B2B E-Commerce zu investieren

Die Wirtschaft steht vor großen Herausforderungen: steigende Energiekosten, zunehmender Wettbewerbsdruck, Fachkräftemangel und Unsicherheiten in globalen Lieferketten. Doch genau in solchen Zeiten sind strategische Entscheidungen entscheidend, um als Unternehmen nicht nur zu bestehen, sondern gestärkt aus der Krise hervorzugehen. Ein B2B E-Commerce System bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Prozesse zu optimieren, Umsätze zu steigern und nachhaltig wettbewerbsfähig zu bleiben.

10.1 Chancen in der Krise

Wirtschaftliche Unsicherheiten sind nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance:

- **Effizienz als Schlüssel zum Erfolg**
  Unternehmen, die ihre Prozesse durch Digitalisierung verschlanken, können Kosten reduzieren und flexibler auf Marktveränderungen reagieren.

- **Marktanteile gewinnen**
  Während Wettbewerber zögern, können Sie durch Investitionen in moderne Vertriebslösungen die Bedürfnisse der Kunden besser bedienen und Marktanteile sichern.

- **Langfristige Resilienz**
  Digitale Systeme machen Unternehmen weniger abhängig von Fachkräften, reduzieren Fehler und schaffen eine solide Basis für zukünftiges Wachstum.

10.2 Veränderte Kundenbedürfnisse

Die Ansprüche von B2B-Kunden haben sich gewandelt. Unternehmen erwarten heute:

- **Flexibilität und Verfügbarkeit**
  Rund-um-die-Uhr-Bestellmöglichkeiten, transparente Informationen und schnelle Abwicklung sind mittlerweile Grundvoraussetzungen.

- **Digitale Beschaffungsprozesse**
  Kunden bevorzugen Self-Service-Portale, die nahtlos in ihre internen Systeme integ

riert sind.

- **Wettbewerbsfähige Angebote**
  Schnelle und personalisierte Angebote werden immer häufiger erwartet und geschätzt.

Ein B2B E-Commerce System erfüllt diese Anforderungen und hebt Sie gleichzeitig von Mitbewerbern ab, die noch mit analogen Prozessen arbeiten.

10.3 Wettbewerbsvorteil durch Digitalisierung

Frühzeitige Investitionen in digitale Vertriebslösungen verschaffen Ihnen einen entscheidenden Vorsprung:

- **Schnellere Anpassung**
  Unternehmen mit einem etablierten E-Commerce-System können schneller auf Veränderungen im Markt reagieren und ihre Strategien anpassen.

- **Höhere Kundenzufriedenheit**
  Ein modernes, benutzerfreundliches System erhöht die Loyalität und Kaufbereitschaft Ihrer Kunden.

- **Nachhaltigkeit und Imagegewinn**
  Digitale Prozesse minimieren den Ressourcenverbrauch und unterstreichen Ihr Engagement für Innovation und Umweltschutz.

> **84 %** der B2B-Kunden bevorzugen Unternehmen, die digitale Lösungen für die Beschaffung anbieten.
>
> (Forrester, 2023)

10.4 Der Preis des Zögerns

Während die Vorteile eines B2B E-Commerce Systems klar auf der Hand liegen, birgt das Zögern erhebliche Risiken:

- **Verlust von Marktanteilen**
  Kunden wechseln zunehmend zu Anbietern, die digitale Lösungen bieten und ein

besseres Einkaufserlebnis ermöglichen. Besonders Anbieter mit modernen Online-Shops und automatisierten Prozessen punkten in der Kundenwahrnehmung.

- **Steigender Wettbewerb aus Fernost**
  Unternehmen aus Fernost drängen verstärkt auf den europäischen Markt, oft ohne physische Präsenz. Mit gut optimierten E-Commerce-Systemen können sie problemlos Kunden in Europa erreichen – häufig unbemerkt von lokalen Wettbewerbern. Diese Anbieter bieten oft günstige Preise, schnelle Lieferungen und eine ansprechende digitale Customer Journey. Unternehmen, die nicht rechtzeitig reagieren, riskieren, von diesem Wettbewerb verdrängt zu werden.

- **Steigende Kosten**
  Unternehmen, die weiterhin auf manuelle Prozesse setzen, kämpfen mit ineffizienten Abläufen und höheren Betriebskosten.

- **Imageverlust**
  Unternehmen, die nicht mit der Zeit gehen, werden von Kunden als weniger innovativ wahrgenommen – ein schwer zu korrigierender Nachteil.

10.5 Fazit: Jetzt handeln

Die Einführung eines B2B E-Commerce Systems ist kein Risiko, sondern eine Investition in die Zukunft. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten bietet es Unternehmen die Möglichkeit, ihre Umsätze zu stabilisieren, Prozesse zu optimieren und Marktanteile zu gewinnen.

Wer jetzt handelt, verschafft sich nicht nur einen klaren Wettbewerbsvorteil, sondern legt auch den Grundstein für langfristigen Erfolg. Die Frage ist nicht mehr, ob ein B2B E-Commerce System notwendig ist, sondern wie schnell Sie die Transformation starten.

Handeln Sie jetzt und machen Sie den ersten Schritt in die digitale Zukunft Ihres Unternehmens.

Mit avanta kann B2B E-Commerce **so easy** sein

Über avanta Über avanta

B2B-Spezialisierung: Von Grund auf für B2B-Anforderungen entwickelt.

Hoher Standardfunktionsumfang: 98 % aller benötigten B2B-Funktionen sind standardmäßig integriert.

Nahtlose ERP-Integration: Middleware-basierte Anbindung ohne aufwendige Schnittstellen.

Umfassende Lösung: Vereint Onlineshop, alle weiteren Bestellwege und Kundenserviceportal.

Kostengünstig: Niedrige Einführungskosten und faire Nutzungsentgelte ohne Umsatzbeteiligung.

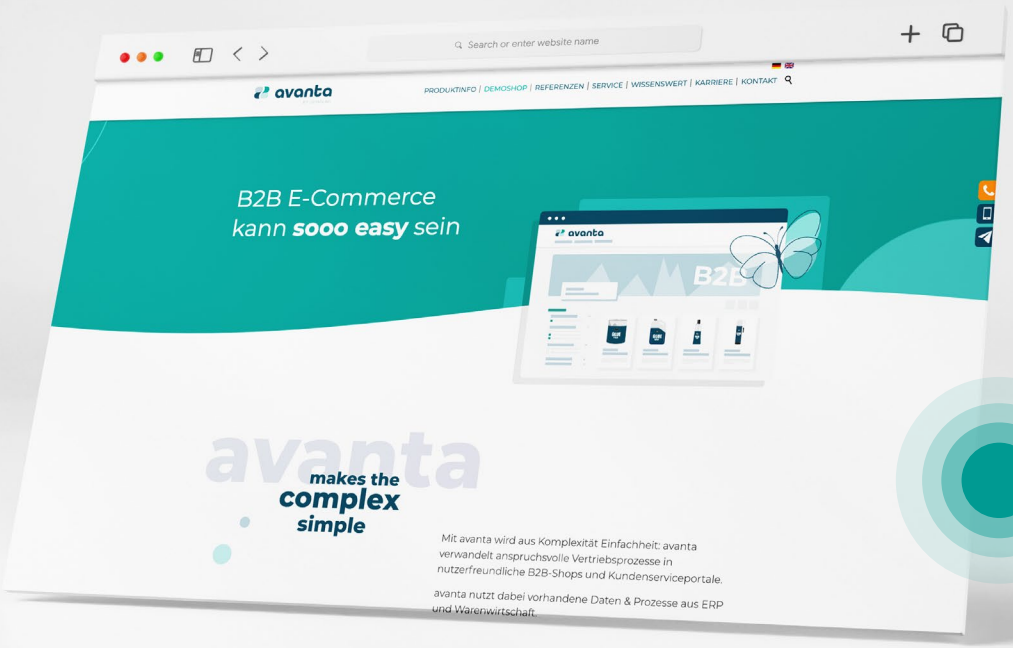
Schnell: Startklar in wenigen Wochen dank einfacher Konfiguration.

Skalierbar: Beliebig viele Sprachen, Länder und Websites in einer Lösung.

Sicher: Bewährte Open-Source-Technologie, robust und zukunftssicher.

Erfolgreiche Unternehmen setzen auf avanta

GÜHRING · oest · Josera · AMANN GROUP · Purell · WashTec



Hier klicken

Sie planen einen B2B-Webshop?

LIMESODA zählt zu den **führenden E-Commerce Agenturen** im DACH-Raum. 50+ Spezialisten betreuen Sie von der Konzeption, über das UX-Design und die technische Umsetzung bis zum Online-Marketing aus einer Hand.

Mehr erfahren

Dr. Philipp Pfaller

Gerne beantworte ich Ihre Fragen in einem unverbindlichen Gespräch!

Geschäftsführer LIMESODA und Dozent E-Commerce

Telefon: **+43 5 1740-0**
E-Mail: **office@limesoda.com**

LIMESODA

Autor: Martin Rommel

Gerne können Sie bei Fragen den Autor anrufen:

+49 661 9650-13

© Copyright 2025

Alle Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt.
Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten, ECOPLAN E-Commerce GmbH, Justus-Liebig-Straße 6, 36093 Künzell.

Bildrechte:

©hugy/stock.adobe.com

avanta

avanta ist ein Produkt von

ECOPLAN E-Commerce GmbH

Justus-Liebig-Straße 6
D-36093 Fulda-Künzell

Tel. +49 661 96 50-90
Mail. sales@ecoplan.com
Web. www.ecoplan.com

Ihr Implementierungspartner

LIMESODA