



So
bestimmen
Sie den **ROI**
im **B2B-**
Commerce

Lohnt sich Ihre Investition in E-Commerce?

„Na klar!“, denken Sie. Aber Sie müssen auch andere Abteilungen und den Vorstand davon überzeugen, dass die Investition in eine zukunftssichere B2B-Commerce-Plattform ein absolutes Muss für nachhaltiges Wachstum ist. Unsere ROI-Checkliste liefert Ihnen die 10 wichtigsten Argumente für eine Investition in E-Commerce. Sie werden Ihnen helfen, Ihren Business Case zu erstellen und alle Abteilungen von einer Digitalisierung Ihrer Vertriebs- und Serviceprozesse zu begeistern.

1

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Zufriedene Kunden

E-Commerce erleichtert Ihren Kunden die Arbeit und steigert so die Kundenzufriedenheit. Büroöffnungszeiten, unterschiedliche Telefonnummern für verschiedene Dienstleistungen, Papierkram: Für den B2B-Kunden sind diese traditionellen Formen der Zusammenarbeit mit Lieferanten – um es offen zu sagen – lästig geworden. Machen Sie Ihre Kunden glücklich, indem Sie Self-Service-Tools anbieten, mit denen sie 24/7 Zugriff auf Prozesse und Inhalte haben und beispielsweise Firmenprofile, Organisationsstrukturen oder Nutzerrollen selbst verwalten können. Dadurch reduziert sich der Verwaltungsaufwand für Ihre Kunden und sie können ihre internen Prozesse beibehalten. Diese Annehmlichkeiten steigern die Kundentreue und schlussendlich Ihre Umsätze.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

2

Gesteigerte Produktivität

Eine ausgereifte E-Commerce-Plattform sorgt nicht nur durch klar definierte unternehmensinterne Strukturen, Prozesse, Kommunikationskanäle und Verantwortlichkeiten für eine höhere Produktivität. Auch abteilungsübergreifend vernetzte, zentral abgelegte und jederzeit in Echtzeit zugängliche Daten sorgen für massive Zeiteinsparungen bei gleichzeitig höherem Output. Sind Front- und Backend voll integriert, lassen sich zudem wiederholte Dateneingaben vermeiden, und zähe Abläufe, bei denen Informationen über Telefon oder E-Mail ausgetauscht werden müssen, gehören der Vergangenheit an. Im Lager sind es automatisierte Bestell- und Inventurprozesse, in der Produktion die digital gesteuerte Bereitstellung und beim Einkauf automatisierte Echtzeit-Informationen aus anderen Unternehmensbereichen, mit denen eine E-Commerce-Lösung mehr Effizienz schafft.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

3

Höherer Share of Wallet

Eine E-Commerce-Lösung bzw. ein digitales B2B-Kundenportal führt dazu, dass Kunden im Durchschnitt mehr bei Ihnen kaufen und ausgeben, was zu höheren Umsätzen führt. So ermöglicht Ihnen ein Kundenportal, Daten zu Ihren Kunden zu sammeln, sie persönlich anzusprechen und ihnen aufgrund ihrer Kaufhistorie Produkte und Services anzubieten, die zuvor gekauften ähneln oder diese ergänzen – so, wie wir alle das von Amazon kennen. Dadurch heben Sie bisher ungenutzte Cross- und Upselling-Potenziale und machen Käufer auf neue interessante Produkte aufmerksam, die ihrerseits wieder zu ergänzenden Käufen führen können. Und je öfter ein Kunde bei Ihnen einkauft, desto vertrauter wird er oder sie mit Ihrem Kundenportal. Diese Vertrautheit, in Kombination mit einem positiven Einkaufserlebnis, macht Käufer zu Stammkunden.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

4

Globales Wachstum

Mit einer E-Commerce-Plattform können Sie kostengünstig weltweit expandieren. Denn Sie müssen im Ausland weder Geschäftsräume finanzieren noch Vertriebs-teams und andere Mitarbeiter anstellen, um Ihre Produkte zu verkaufen. Alles, was Sie benötigen, ist eine moderne E-Commerce-Lösung, die Ihr Team in die Lage versetzt, kosteneffizient:

- neue Regionen, Länder oder Marken-Shops sowie Touchpoints und Kundensegmente einzurichten und zu bespielen – und zwar ohne kostspielige und aufwändige Programmierungen.
- ein global koordiniertes, B2C-ähnliches Kundenerlebnis für zunehmend anspruchsvolle B2B-Kunden zu realisieren.
- Währungen, Steuern und Zeitzonen sowie Versandmethoden und Zahlungsanbieter individuell für jeden Markt zu integrieren und zu steuern.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

5

Mehr Reichweite durch Online-Marktplätze

Haben Sie darüber nachgedacht, Ihre Online-Präsenz mit Hilfe von Marktplätzen zu stärken und damit Ihren Umsatz zu steigern? Fakt ist: Auch im B2B-Bereich werden sie immer beliebter. Sie können entweder etablierte Online-Marktplätze wie Amazon oder Alibaba als (zusätzlichen) Vertriebskanal nutzen, oder Sie bauen selbst einen Online-Marktplatz auf, indem Sie Ihr eigenes Portfolio mit ausgewählten Produkten und Dienstleistungen anderer Anbieter ergänzen. Eine zukunftsfähige E-Commerce-Plattform unterstützt beide Optionen und hilft Ihnen, dass Ihre Reichweite und Ihre Verkäufe mit Hilfe einer smarten Marktplatzstrategie zunehmen.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Kostensenkungen

6

Neben den Einsparungen, die eine umfassende Verbesserung von Produktivität und Effizienz mit sich bringt, lassen sich mit einer E-Commerce-Plattform auch an anderen Stellen Kosten senken:

- Traditionelle Marketing-Maßnahmen können digitalisiert werden, sodass Sie weniger drucken müssen und Papier für Kataloge und klassische Mailings sparen – ein Plus an Umweltschutz kommt noch dazu.
- Die Automatisierung verschiedenster Aufgaben führt zu einer geringeren Quote an menschengemachten Fehlern, was weniger Retouren zur Folge hat. Außerdem senken automatisierte Prozesse die Kosten pro Kundenkontakt.
- Ihre Ausgaben für die Auftragsabwicklung sinken.
- Auch die elektronische Rechnungsstellung spart Zeit und Geld ein, und zwar nicht nur Ihnen, sondern auch Ihren Kunden.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Bessere Entscheidungen dank besserer Daten

7

Eine ausgereifte E-Commerce-Plattform bzw. ein umfassendes digitales Kundenportal mit Business-Intelligence-Funktionen extrapoliert wichtige KPIs automatisiert aus den Daten, die es im täglichen Betrieb sammelt. Die Ergebnisse werden auf übersichtlichen Dashboards dargestellt, die sich an die unterschiedlichsten Bedürfnisse einzelner User anpassen lassen – vom Vorarbeiter in der Fertigung bis zum CEO. So entsteht Transparenz und es lassen sich schneller und genauer Diagnosen stellen und entsprechend tragfähige Geschäftsentscheidungen treffen.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Neue Kunden

8

Mit Hilfe einer ausgereiften E-Commerce-Lösung erhöhen sich Ihre Chancen, Neukunden zu gewinnen. Tatsächlich beginnen „89% aller Einkäufer ihre Customer Journey online“ (Quelle: Think with Google, The Changing Face of B2B Marketing). Es kann sogar sein, dass sie über Ihren digitalen Vertriebskanal Marktsegmente erschließen, die Sie zuvor noch gar nicht im Blick hatten. Insbesondere Nischenmärkte lohnen sich aufgrund der niedrigen Kosten pro Kundenkontakt im digitalen Kanal plötzlich. Wenn Sie es Neukunden in Ihrem digitalen Kundenportal zudem erlauben, ihren eigenen Account einzurichten, ergeben sich viele weitere Möglichkeiten. Sie sind dann beispielsweise in der Lage, zu analysieren, welche weiteren Marktsegmente an Ihren Produkten interessiert sein könnten. Diese erreichen Sie dann etwa durch Social Media, klassisches Online-Marketing und Optimierungen Ihres Web-Angebots (SEO, AdWords-Kampagnen).

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Bessere Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern

9

Eine E-Commerce-Plattform, die auch als digitales Kundenportal fungiert, schafft die Voraussetzungen für eine verbesserte Interaktion mit Kunden und Geschäftspartnern. Alle relevanten Daten liegen gebündelt, vernetzt und strukturiert vor, sodass Kunden, Lieferanten und eigene Mitarbeiter immer genau das finden, was sie suchen und benötigen. So sorgen Sie für personalisierte Einkaufserlebnisse, schnellere Reaktionszeiten, automatisierte Cross- und Upselling-Vorschläge, eine Vielzahl an 24/7-Self-Service-Funktionen, After-Sales-Services und vieles andere mehr – bis hin zu Predictive-Maintenance- und Industrie-4.0-Optionen, die zu weiteren massiven Effizienzsteigerungen führen können.

10 Argumente, mit denen Sie Ihr Management vom digitalen Handel überzeugen werden

Effizientere Vertriebs- und Serviceteams

10

Mitarbeiter im Außendienst haben über ein E-Commerce-Portal jederzeit Zugriff auf Daten, die dort zentral – hinter einem sicheren Login – abgelegt sind. So können sie beim Termin vor Ort am mobilen Endgerät in Echtzeit die Kaufhistorie von Kunden einsehen, auf Vereinbarungen wie Rabatte und Zahlungsmodalitäten zugreifen, in der Fertigungshalle installierte Maschinen abgleichen, Ersatzteile per Mausklick anfordern oder Kataloge aufrufen und gemeinsam mit dem Kunden durchgehen. All das verschlankt die Abläufe bei Verkauf und Beratung, und Kunden kommen zudem in den Genuss eines personalisierten und effizienten Einkaufserlebnisses, was wiederum zu einer positiven Wahrnehmung und einer engen Kundenbindung führt.



Was ist der ROI einer zukunftsfähigen B2B-Commerce-Plattform?

Ein digitaler Vertriebskanal bringt vielfältige geschäftliche Vorteile mit sich, die in der Summe mehr Einnahmen und eine höhere Wettbewerbsfähigkeit generieren. Erfahren Sie, wie Sie richtig investieren und für einen schnellen ROI Ihrer E-Commerce-Initiative sorgen.

Whitepaper herunterladen

Are you **ready**
for a **boost**?

Sehen Sie, was Intershop für Sie tun kann unter www.intershop.de oder kommen Sie gerne auf mich zu!



Isabell Zeitz
marketing@intershop.de