

Kolumne Netzwerk Südbaden Ausgabe Oktober 2018

B2B-E-Commerce - Digitalisierung im Vertrieb

Ist eine Bestellung per FAX im Jahre 2018 noch zeitgemäß? Die Digitalisierung des B2B-Vertriebs bringt viele Chancen für die Unternehmen! Jedoch unterliegt der Onlinehandel zwischen Unternehmen häufig anderen Rahmenbedingungen als im Endkundengeschäft. Neben der deutlich komplexeren Integration in die Systemlandschaften der Unternehmen, unterscheiden sich die Angebotskommunikation und die Produktdarstellung teils erheblich.

Viele Analysten erwarten ein exponentielles Wachstum des B2B-E-Commerce. Das Beratungsunternehmen Frost & Sullivan prognostiziert die unglaubliche Zahl von 6,7 Billionen Dollar für das Jahr 2020 weltweit. Jedoch ist die Wirklichkeit bisher nicht ganz so spektakulär wie vorhergesagt. Das zeigt, dass sich der Markt noch immer in einem frühen Stadium befindet und die Hersteller weiterhin nach geeigneten Wegen suchen, wie sie das Thema Digitalisierung im Vertrieb in Angriff nehmen können. Die mühevoll Suche nach der richtigen Strategie lohnt sich für Unternehmen auf jeden Fall, da in der neuen Welt viele Chancen locken.

Margenoptimierung durch effiziente Vertriebswege

Durch Margendruck wird in vielen Branchen der mehrstufige Verkauf immer mehr in Frage gestellt. Hersteller sehen durch B2B-E-Commerce erstmalig eine Möglichkeit margenverschlingende Zwischenhändler zu umgehen. Jedoch sind die meisten Hersteller heute weit vom Markt entfernt und kennen die Bedürfnisse der Endkunden bzw. der Fachhändler zu wenig. Zum Beispiel durch umfangreiche Auswertungsfeatures im B2B-E-Shop kann ein besseres Verständnis über die Kunden erlangt werden. Dieses Wissen hilft auch enorm bei der Entwicklung neuer Produkte und Services.

Automatisierung der Prozesse

Im B2B sind individuelle Angebote und Preisstellungen an der Tagesordnung. Die Abwicklung der bisher größtenteils manuellen Prozesse ist aufwendig, fehleranfällig und verursacht sehr hohe Kosten. Die Chancen, die an dieser Stelle entstehen, sind Prozessvereinfachungen durch individuelle Warenkörbe und Integration des B2B-E-Shops in die Warenwirtschaftssystemlandschaft. Verlässliche Aussagen zur Lieferzeit und dem Lagerbestand können so dem Besteller bereits während des Bestellprozesses mitgeteilt werden und automatisierte Bestellabwicklungen sparen enorme Kosten.

Wandel beim Personal

Durch eine effiziente B2B-E-Commerce Umgebung verändern sich die Anforderungen an das Vertriebspersonal. Der Außendienstverkäufer wird zukünftig mehr zum Berater und kann sich so auf neue Projekte und auf die Mehrwertargumentation beim Kunden konzentrieren, da Routineaufgaben online abgewickelt werden. Besonders der klassische „Aktenkoffer-Vertriebler“ wird sich mit den neuen Anforderungen schwertun und sich weiterentwickeln müssen. Auf Seiten des Online-Marketings werden zusätzliche Aufgaben entstehen. Es gilt, Produkte sauber zu beschreiben, Produktinformationen in verschiedenen Medien bereitzustellen und z.B. über Blogbeiträge Bedarf beim Käufer zu wecken.

Auf die richtigen Partner kommt es an

Bei der Digitalisierung im Vertrieb sind in der Regel externe Partner unerlässlich, weil die neue Welt sehr IT-lastig sein wird. Dabei geht es neben der Auswahl des geeigneten B2B-Shop-Software und deren Anpassung an die individuellen Bedürfnisse, um den hochverfügbaren und performanten 24/7 Betrieb des Systems. Auch sind die IT-Sicherheit und die DSGVO beim Gesamtkonzept zu berücksichtigen. Soll der Shop zudem internationale Kunden erreichen, so sind neben Sprachvarianten auch Beschleunigungsmechanismen notwendig, damit die Ladezeiten das Einkaufserlebnis nicht beeinträchtigen. Es gilt die agile Zusammenarbeit von Kunde, Software-Hersteller, E-Commerce Agentur und Hosting-Provider zu erreichen, um den Projekterfolg und die Timeline sicherzustellen.

Der Autor Julian Sayer ist Vorstand beim Enterprise-Hosting Unternehmen Continuum AG aus Freiburg. Continuum bietet mit ihrer *NextGen Performance Platform* ein für den E-Business Markt maßgeschneidertes Hosting-Konzept an. Die komplett neu entwickelte ausfallsichere Cloud-Plattform bietet dem Kunden hohe Performance, Skalierbarkeit gepaart mit sehr attraktiven Ressourcenpreisen. Kunden profitieren von der 20-jährigen Expertise im E-Commerce Markt sowie vom Partnernetzwerk zu Shop-Herstellern, E-Commerce Agenturen und anderen Partnern des E-Commerce Ökosystems.