

Chancen der Digitalisierung im B2B-Handel

Worauf Unternehmen bei der Einführung eines B2B-Webshops achten sollten, das schildert Michael Martin, geschäftsführender Gesellschafter der Digitalagentur **atlantis media** in seinem Gastbeitrag. Zu seinen Kunden gehören unter anderem Mercateo und imcopex.

Im Handel mit Geschäftskunden nimmt der digitale Wandel immer stärker an Fahrt auf. Unternehmen bietet er vielfältige Chancen, um Zeit und Kosten zu sparen, die Kundenbindung zu erhöhen, neue Umsatzpotenziale zu erschließen und Geschäftsprozesse zu optimieren. Geschäftskunden erwarten heute das gleiche Einkaufserlebnis, das sie aus ihrem Privatbereich kennen: personalisiert, komfortabel und vernetzt über alle Kanäle – natürlich mit erstklassigem Service und alles rund um die Uhr.

Dafür bedarf es einer Omni-Channel-fähigen E-Commerce-Lösung, die alle Kontaktpunkte entlang der Customer Journey einbindet, die außerdem alle relevanten Daten



Michael Martin: „Im Handel mit Geschäftskunden bietet der digitale Wandel kleinen und mittelständischen Unternehmen viele Chancen, die Kundenbindung zu erhöhen und Umsatzpotenziale zu erschließen.“

aus unterschiedlichen Unternehmenssystemen verknüpft und diese in Echtzeit zur Verfügung stellt. Hinzu kommt, dass der B2B-E-Commerce wesentlich komplexer ist als der Onlinehandel mit Endkunden. Unterschiede entstehen etwa durch stark differenzierte Preismodelle, individuell ausgehandelte

Konditionen, on-demand produzierte Waren, mehrere Einkäufer desselben Kunden mit jeweils unterschiedlichen Berechtigungen oder flexible Angebotserstellung aus wiederkehrenden Bestellungen.

Der Begriff Onlineshop greift daher viel zu kurz: Ein B2B-Unternehmen, das A-, B- und C-Kunden mit derselben digitalen Plattform bedienen möchte, braucht eine mandantenfähige E-Commerce-Lösung, die noch dazu Daten aus unterschiedlichen Quellen integrieren kann. Einen echten Mehrwert bietet die Plattform auch, wenn Prozesse automatisiert ablaufen: durch Freigabeworkflows, einfache Bestellmöglichkeiten für Verbrauchsmaterialien sowie Fast Order & Checkout in einem festen Kreditrahmen, steigern Geschäftskunden ihre Effizienz und senken zusätzlich ihre Kosten.

Ist-Zustand analysieren und Erwartungen definieren

Bei vielen Unternehmen, die den B2B-Handel online betreiben wollen, stellt sich die Ausgangssituation ähnlich dar: Es sind bereits verschiedene Unternehmenssysteme in der IT-Landschaft vorhanden. Fast



Für eine erfolgreiche Shop-Implementierung braucht es eine ganzheitliche Strategie.

immer ist ein ERP im Einsatz. Häufig werden auch Anwendungen zur Pflege und Verwaltung von Produktdaten (PIM) und Kundendaten (CRM) genutzt. Aber auch die Problemlage ähnelt sich: Oftmals passen diese Systeme einfach nicht zusammen, denn der Datenpool aus Stammdaten, Produktreferenzen und Preisinformationen ist hochkomplex. Unternehmen, die ihre Daten und Prozesse in ERP-, CRM- und PIM-Systemen konsolidiert haben, benötigen belastbare Schnittstellen, mit denen sich diese Daten sinnvoll miteinander verknüpfen und auswerten lassen – das spart nicht nur die zeit- und kostenintensive Aufbereitung der Daten für den Onlineshop, sondern reduziert auch den nachträglichen Pflegeaufwand.

Die Integrationsfähigkeit der Datenschnittstellen entscheidet außerdem darüber, ob sich der Webshop im Nachhinein zu einer umfassenden Kundenbindungsplattform ausbauen lässt. Für E-Commerce-Projekte empfiehlt sich daher die Wahl einer entwicklungsfähigen Webshop-Software, die flexibel und skalierbar ist, um auch bei steigendem Geschäftsaufkommen ein kosteneffizientes Customizing für spezifische Anforderungen zu ermöglichen.

Passende Shopsoftware finden

Die meisten System-Lösungen weisen einen hohen Reifegrad auf, doch unterscheiden sie sich teilweise stark in Preis und Funktionsumfang. Weit verbreitete Shop-Systeme wie „Magento“ bieten bereits in der Standard-Version zahlreiche erweiterbare Features, mit denen B2B-

Unternehmen ihr Onlinegeschäft auf- und ausbauen können: „Magento“ ist beispielsweise mandantenfähig und erlaubt die Verwaltung zahlreicher Subshops über ein zentrales Backend. Auch Freigabe-Workflows, Preisfindungsoptionen oder Produktkonfiguratoren lassen sich über Erweiterungen schnell realisieren, was die Time-to-market erheblich verkürzt. Für einen erleichterten Einstieg sollte die neue Shop-Software zudem modular aufgebaut und skalierbar sein – so lassen sich schlanke Anwendungsszenarien ebenso realisieren wie schnell wachsende und umsatzstarke B2B-Shops.

Bei der Wahl einer geeigneten E-Commerce-Software sollten Unternehmen ihren Bedarf genau skizzieren. Neben den proprietären Lösungen großer Anbieter existiert eine Reihe flexibler Shop-Frameworks, die sich, neben deutlich geringeren Kosten, vor allem durch ihr hohes Maß an Skalierbarkeit auszeichnen. E-Commerce-Systeme auf Basis von Open Source Software (OSS) profitieren oftmals von einer hohen Entwicklungsgeschwindigkeit: Weil der Quellcode offen liegt und die Software damit prinzipiell von jedem verändert werden darf, sind OSS-Webshops sehr viel flexibler und schnell an individuelle Anforderungen anpassbar. Hinter führenden Open Source Software-Lösungen wie „Magento“ oder Shopware stehen gut vernetzte Entwicklergemeinschaften, die die Weiterentwicklung der Software proaktiv vorantreiben. „Magento“ selbst bietet beispielsweise eine strategische Roadmap mit vorgefertigten Integrationsszenarien, mit der sich die IT-Systemlandschaft nahtlos in den Shop einbinden lässt.

Spezialist für die Digitalisierung

atlantis media ist auf die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und die Umsetzung moderner E-Commerce-Systeme spezialisiert. 1994 in Hamburg gegründet, realisiert das Unternehmen anspruchsvolle Softwarelösungen im B2B- und B2C-Umfeld. Zu den Kunden gehören unter anderen CTS Eventim Sports, found4you.de, imcoped Office Supplies, Jungheinrich, Mercateo, Pöppelmann und Reyher.

www.atlantismedia.de

RAPESCO®

**Umweltfreundlich
Hohe Qualität und Leistung
Marktführende Garantie**



Viele unserer Produkte für 2018 sind nun aus recyceltem Kunststoff hergestellt.

All dies wird mit einer kategorieführenden Garantie von bis zu 25 Jahren unterstützt.

de.rapesco.com

