

# DIGITALE KUNDENPORTALE

DIE NÄCHSTE EVOLUTIONSSTUFE DES B2B eCOMMERCE



---

# INHALT

---

**STATUS QUO - WO B2B  
BEIM THEMA ECOMMERCE STEHT**

Seite 3

---

**12 TOP APPLIKATIONEN**

Seite 6

---

**HERAUSFORDERUNG GROSSHANDEL**

Seite 4

---

**GESCHÄFTSKUNDEN WOLLEN  
EIN B2C EINKAUFSERLEBNIS**

Seite 7

---

**FIRST STEP: INFRASTRUKTUR**

Seite 5

---

**FAZIT**

Seite 9

# STATUS QUO - WO B2B BEIM THEMA ECOMMERCE STEHT

Ein Einkaufserlebnis, das sich nur auf den Ablauf einer effizienten Transaktion beschränkt, ist im Großhandel schon lange kein Unterscheidungsmerkmal mehr. Schöne B2B Online Shops, medienneutrale Produktdaten und eine App für den Vertrieb, die den Auftragsblock ersetzt, sollten mittlerweile **Standard** sein.

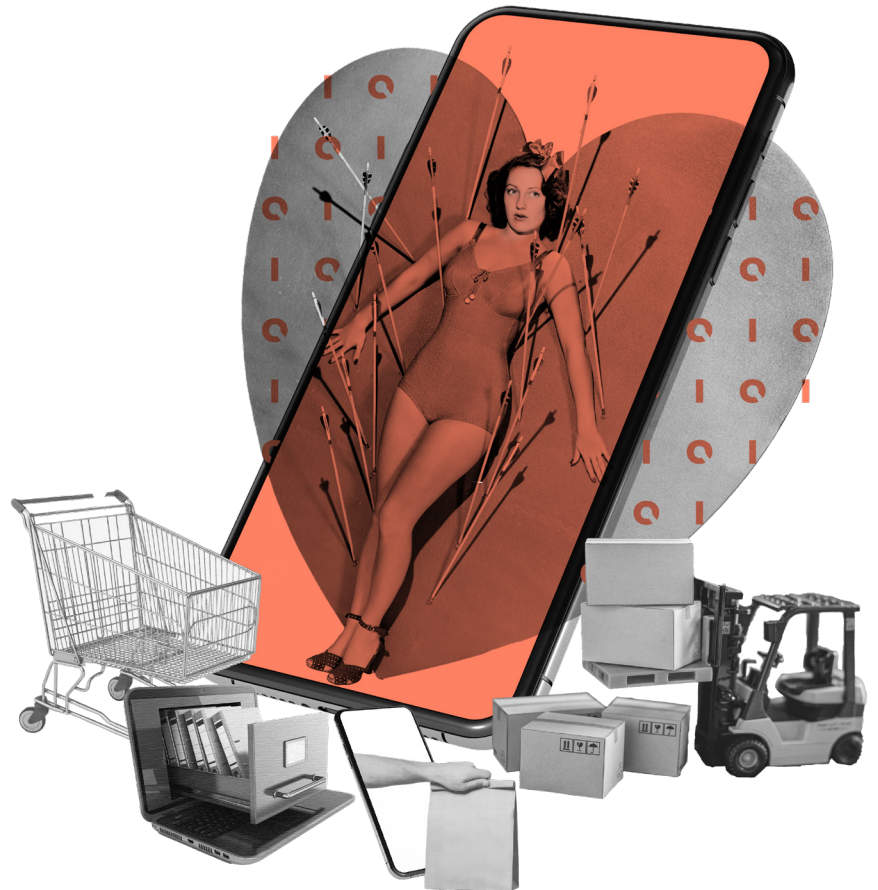
Ist es aber schon im B2C Bereich schwierig Unternehmen auszumachen, die wirklich kundenzentriert sind, findet im B2B institutionelle **Kundenzentrierung** noch seltener statt.

Den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, ist ein echter Kraftakt. Um neue Kundenanforderungen schnell zu erkennen und noch schneller digital in die Tat umzusetzen, fehlt oft schon die technische Basis. Wenn die nächsten drei Releases des Standard-Webshops bereits mit Anforderungen gefüllt sind, kann es schon mal ein Jahr dauern, bis ein neues Feature im Markt ankommt. Kann das ERP einen Prozess nicht abbilden, wird ein neuer Service oder ein neues Feature oft gar nicht erst ausprobiert. Auf diese Weise ist mit den digitalen Wettbewerbern nicht Schritt zu halten.

Das sind die **3 Top Faktoren** um im B2B-Handel erfolgreich zu digitalisieren und online effektiv zu wachsen:

- 1. Auswahl der richtigen eCommerce-Technologie**
- 2. Aufbereitung und Konsolidierung von Daten**
- 3. Anpassung bestehender Vertriebsprozesse**





# HERAUS- FORDERUNG GROSSHANDEL

Die fortschreitende Digitalisierung endet nicht an Unternehmensgrenzen. Großhändler sind eingebunden in die unterschiedlichen Netzwerke ihrer diversen Handelspartner. Dabei sind diese Netzwerke selten statisch und neue Märkte, neue Absatzkanäle oder Produkte bedeuten neue Lieferanten, Kunden oder Partner. Will ein Großhändler erfolgreich sein, muss er jeden Handelspartner schnell und einfach in seine bestehende B2B-Commerce-Lösung integrieren können. Gleichzeitig steigen jedoch auch die Anforderungen an die Plattformen.

Nutzer möchten das gleiche Einkaufserlebnis geboten bekommen, das sie aus ihrem Privatleben, wie etwa auf Amazon, kennen. Zusätzlich müssen aber auch spezielle B2B-Features enthalten sein.

## **Digitaler Showroom und professionelle Orderplattform**

Kundenportale bieten B2B Unternehmen heute die Möglichkeit, Einkaufserlebnisse so zu gestalten, dass Kunden gerne wiederkommen und sich langfristig an Marken und Produkte binden. Innovative eCommerce-Tools sorgen dabei für außergewöhnliche Customer Experiences, die nachhaltige, starke und lebendige Kundenbeziehungen aufbauen. Und sie können digitaler Treiber für echten Mehrwert im Vertrieb, Service und Marketing sein.

# WAS IST NÖTIG, FÜR EINEN ERFOLGREICHEN B2B SHOP?

## FIRST STEP: INFRASTRUKTUR

B2B-Systeme zeichnen sich in der Regel durch die Verwendung mehrerer datenhaltender Systeme aus (ERP, CRM, PIM, Shopsystem). Im Alltag eines B2B-Händlers spielen Schnittstellen (APIs) zwischen diesen verschiedenen Systemen eine wichtige Rolle. Im Gegensatz zu B2C-Händlern kommt es häufig vor, dass sich große Datenmengen sehr schnell ändern.

Ein **Beispiel** hierfür ist, dass ein neuer Debitor mit mehreren Kontakten zu verschiedenen Kostenstellen im CRM vorbereitet wird. Im ERP erhält dieser Debitor seine eigene Preisliste. Danach sollen die Daten zusammengeführt und in den Shop importiert werden. Das kann schnell mehrere tausend neue Preis-Datensätze im Shop bedeuten, da für das gesamte Sortiment je ein neuer Preis angelegt werden muss. Gleiches gilt zum Beispiel auch für die (Produkt-) Daten aus einem angeschlossenen PIM-System.

Die Wahl der richtigen eCommerce Technologie ist somit strategischer Imperativ. **API-first-Systeme** bieten die Flexibilität und die technologische Basis für die Realisierung von verschiedensten Anwendungsfällen. Auch als **Headless-Technologie** bezeichnet, ermöglichen sie die flexible Steuerung und Automatisierung von Prozessen im Onlineshop per API aus CRM, ERP, PIM oder anderen Systemen. Das nötige Business-Know-How und die technische Expertise ist jedoch nicht in jedem B2B Unternehmen zu finden. Oft ist hierzu externes Wissen nötig.



# 12 TOP APPLIKATIONEN

Die folgenden Applikationen werden häufig in B2B Enterprise eCommerce-Plattformen eingesetzt - in manchen Fällen können noch weitere Komponenten sinnvoll sein. **IT-Lösungen** sollten jeweils maßgeschneidert für den jeweiligen Business Case entwickelt und angepasst werden.

## **1. eCommerce-System:**

Leistungsstarkes und flexibles eCommerce-System mit wichtigen B2B-Komponenten wie Order Management, Fulfillment und Payment- Integration.

## **2. Content Management System (CMS):**

Redaktion aller Web-Inhalte, inklusive flexibler Backend- Rechteverwaltung mit einem Content Management System.

## **3. User Data Management:**

Zentrale und sichere Verwaltung von User-Daten und deren jeweiligen Berechtigungen.

## **4. Search & Recommendation:**

Suchlösungen mit verschiedensten Such-Features wie z. B. facetierter Suche und Produktempfehlungen.

## **5. Produkt Information Management (PIM):**

Einfache, zentrale Verwaltung sämtlicher Produktdaten wie Beschreibungen, Maße, Kategorien, Bilder, Preise etc. über ein zentrales Product Information Management System.

## **6. Sales & Marketing Tools:**

Automatisierte, personalisierte Angebote für die jeweiligen Zielgruppen, basierend auf realen Kundendaten.

## **7. ERP System:**

Anbindung von ERP-Systemen wie SAP mit einer beidseitigen Kommunikation in real-time.

## **8. CRM System:**

Integration von CRM-Systemen per API für nahtlose Kommunikation und Datenaustausch.

## **9. Identity and Access Management (IAM) und Single Sign-on (SSO):**

Authentifizierung der User per Identity & Access Management und Single Sign-On-Lösungen garantieren einfaches Navigieren unter Einhaltung höchster Sicherheitsstandards.

## **10. Cloud Hosting:**

Enterprise Cloud Hosting mit Autoskalierung, automatischen Back-Ups und sicheren Datenbanken.

## **11. Integrationlayer:**

Layer zur Verbindung und Kommunikation von Unternehmens- und Legacy- Systemen mit den Business-Services.

## **12. Business Intelligence:**

Visuell aufbereitete Erkenntnisse aus sämtlichen Datenquellen des Unternehmens. Automatisierte Analysen on demand durch **Business Intelligence**, ermöglicht neuartige Business Cases und höhere Umsätze.

# Wie bietet man Geschäftskunden nun aber ein B2C Einkaufserlebnis? Das gelingt nur mit absolutem Kundenfokus durch Automatisierung und Personalisierung.

Julian Winkler

Expert eCommerce / uniqbit AG

**Erfolgreiche Projekte im B2B eCommerce zeichnen sich also durch eine nahtlose Integration in bestehende technische Abläufe und kaufmännische Strukturen aus. Die Lösung von Kundenproblemen und die Entwicklung einer vertrauenswürdigen Kundenbeziehung sind jetzt entscheidend für den Erfolg:**

## **Intelligente Kundenportale**

Moderne B2B eCommerce-Systeme enthalten eine Vielzahl von Optionen und Funktionalitäten, die verschiedene Bereiche von Geschäftsaktivitäten unterstützen, aber nicht unbedingt von jedem einzelnen Benutzer benötigt werden. Daher ist es für alle Mitarbeiter, die mit einem gemeinsamen Firmenkonto arbeiten, sehr praktisch Benutzerpanels zu personalisieren.

Dafür lässt man die einzelnen Nutzer entscheiden, welche Website-Elemente - wie Inhaltsabschnitte, Produktkategorien oder sogar einzelne Datensätze und Informationen - sie sehen und welche sie besonders hervorheben können. Ein auf die

Kundenanforderungen angepasstes Kundenkonto mit zusätzlichen Informationen zu Dokumentationen und Belegen der gesamten Prozesskette bringen Mehrwerte für den Kunden, führen zu mehr Effizienz und fungieren gleichzeitig als Kundenbindungsmaßnahme.

## **Individuelle Preisgestaltung**

Nicht nur das Sortiment wird im B2B-Shop kunden-spezifisch angezeigt, sondern auch die passende kundenindividuelle Preisliste - auf Wunsch gesteuert nach regionalen Kriterien und in der passenden Währung. Da die meisten Unternehmen ihre Preisstrategien ständig überarbeiten, ist die optimale Lösung eine eCommerce-Plattform, die jedes Preismodell unabhängig von seiner Komplexität flexibel handhaben kann.

## **Wiederkehrende Einkäufe**

Eines der charakteristischen Merkmale des B2B-Sektors - insbesondere auf Unternehmens-ebene - ist, dass Lieferanten und Käufer in der Regel langfristige Geschäftsbeziehungen pflegen, die häufig wiederkehrende Einkäufe generieren.

Deswegen sollten Nachbestellungen auf Ihrem E-Commerce-Portal so komfortabel und reibungslos wie möglich sein. Eine der Basisfunktionen ist die Anzeige der Bestellhistorie, die sich aus allen Kanälen, einschließlich Onlineshop, Call-Center, PoS oder Handelsvertretern zusammensetzt. Die darin aufgelisteten Bestellungen sollten erneuert und verändert werden können. Im besten Fall können auch eine oder mehrere zuvor erstellten Einkaufslisten integriert werden. Es versteht sich von selbst, dass Kunden die Möglichkeit haben, neben einzelnen Bestellungen bestimmte Produkte abonnieren zu können.

### **PunchOut (OCI)**

PunchOut spielt in allen Unternehmen eine wichtige Rolle, die Bestellungen aus ihrem ERP oder eProcurement-System heraus platzieren wollen. Dafür binden sie Ihre E-Commerce-Plattform oder Ihren PunchOut-Katalog direkt an das entsprechende System an.

Die Darstellung bereits getätigter Bestellungen, unabhängig ob diese direkt in der eCommerce-Plattform oder aber im ERP platziert wurden, geben dem Kunden die Möglichkeit, Wiederbestellungen vorzunehmen und vereinfachen somit den gesamten Bestellprozess.

### **Einkaufslisten & Warenkörbe**

Viele B2B-Kunden sind Wiederverkäufer oder haben Geschäftspartner, die für ihre einzelnen Filialen, Einrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte separate Bestellungen aufgeben möchten. Ihr Kunde sollte auch in der Lage sein, alle oder einige dieser Einkaufslisten zu einer Sammelbestellung zusammenzufassen. Das ist besonders dann relevant, wenn die verantwortliche Person Einkaufslisten von verschiedenen Einheiten sammelt und sie zu einer einzigen Bestellung zusammenfügt, um aufgrund des höheren Bestellwertes von besseren Preisen zu profitieren. Neben der Erstellung mehrerer

Einkaufslisten können auch mehrere Warenkörbe erstellt werden. Diese Funktion ist praktisch, wenn Ihr B2B-Partner Bestellungen für mehrere seiner Kunden gleichzeitig vorbereitet.

### **Digitale Bibliothek**

B2B Kunden wollen genau wie B2B Plattform Betreiber Ihre Produkte oder Dienstleistungen bestmöglich präsentieren und bewerben. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, ist der Zugang zu einem Online-Repository mit allen digitalen produktspezifischen Assets nötig. Während Wiederverkäufer und Einzelhändler in erster Linie Produktinhalte zur Verkaufsunterstützung benötigen, müssen Unternehmen, die Ihre Waren direkt nutzen - z. B. Ausstattungen oder elektronische Geräte - Zugang zu umfassender Dokumentation bezüglich Montage, Installation oder Nutzung sowie zu Schulungsmaterial haben. Diese Ressourcen sind für Kunden sehr wichtig, um den Verkauf zu fördern und die Verbraucher in den verschiedenen Phasen des Kaufprozesses zu bedienen, von der Recherche über den Vergleich und die Bewertung bis hin zur Produktnutzung und dem Kundendienst.

### **Responsive Design**

Die Vorstellung, dass B2B-Kunden hinter ihren Schreibtischen sitzen und von dort aus Bestellungen über ihre Desktop-Computer aufgeben, ist längst überholt. Immer mehr Käufe werden über mobile Endgeräte getätigt. Wer das nicht berücksichtigt und seinen Kunden nicht die Möglichkeit bietet, immer und überall Bestellungen aufzugeben, muss damit rechnen, den Anschluss zu verlieren. Eine flexible B2B Plattform ermöglicht es, sich ohne Probleme mit der App zu verbinden und ist als Erweiterung zum Geschäft angelegt. Manche Unternehmen haben eine App entwickelt, mit der sich Produkte ganz einfach über das Scannen des Barcodes mit dem Smartphone nachbestellen und der gesamte Prozess dadurch vereinfachen lässt.



# FAZIT

B2B Shop-Betreiber bzw. Großhändler entwickeln sich zunehmend in der Rolle des digitalen Beraters, um die Bestell- und Lieferprozesse deutlich zu vereinfachen. **B2B goes B2C**. So sollte der Shop immer Bestandteil eines größeren Serviceangebots sein: Dem Kunden geht es nicht nur darum, Produkt XY bequem online zu kaufen. Er möchte beispielsweise einen vollständigen Überblick über sein Produkt/Maschine etc. haben: Wo steht sie, welche Leistung bringt sie, wie sieht der aktuelle Status aus, ist mit einem Wartungsfall zu rechnen? Neue Konzepte wie der Digitale Zwilling bilden genau diese Echtzeit-Übersicht ab. Integrierte **Kunden- und Serviceportale sind die Zukunft**, nicht isolierte Onlineshops. Oder plakativer formuliert: „Umfassender One-Stop-Shop statt reiner Online-Shop.“



## WÄHLEN SIE IHREN TECHNOLOGIE- PARTNER SORGFÄLTIG AUS

**UNIQBIT** entwickelt aus guten Ideen noch bessere digitale Produkte. Dazu gehören eCommerce-Lösungen für B2B, B2C und Marktplatzkunden. Wir sind erfahrene Partner und agile Umsetzer, die die geschäftlichen Herausforderungen verstehen und bei der Entwicklung und Verbesserung aller digitalen Touchpoints unterstützen. So wissen unsere Kunden schon in der strategischen Planung, welche Vision umsetzbar und welche Konzepte erfolgreich sind. Wir kombinieren innovative Technologien mit maßgeschneiderter Softwarearchitektur für langfristige Geschäftsbeziehungen und neue Vertriebsmodelle. Wir freuen uns auf Ihre **Anfrage**.

