

PRESSEMITTEILUNG

Social Media als Vertriebsunterstützung auch im B2B

Bereits 75 Prozent der B2B-Unternehmen steigern mit Hilfe von Facebook & Co. die Sichtbarkeit ihrer E-Commerce-Aktivitäten

Karlsruhe/Köln, 25. August 2016. Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln, beleuchtet im Rahmen seiner heute voröffentlichten, siebzehnten Erhebung die Vor- und Nachteile der Vertriebsunterstützung im B2B mittels Social Media.

Rund 75 Prozent der befragten Unternehmen nutzen Facebook, YouTube, Twitter & Co. bereits im Rahmen ihres Vertriebsmarketings. Neben einer erhöhten Sichtbarkeit werden die Gewinnung von Neukunden und eine direktere Kundenkommunikation ebenso als Vorteile genannt wie eine stärkere Kundenbindung und das stärkere Einbeziehen von Kunden in Vertriebskampagnen.

Die Hälfte der Entscheider sieht den internen Aufwand für eine professionelle Social-Media-Arbeit und die Gefahr von sogenannten Shitstorms jedoch als Nachteile an. Immerhin vierzig Prozent der befragten Unternehmen schätzen derzeit, dass ihre B2B-Kunden eher selten Social Media nutzen. Auch Rechtsrisiken und Schwierigkeiten bei der urheberrechtlich sicheren Veröffentlichung von Bildmaterial und Videos werden als Nachteile genannt.

Im Vorjahresvergleich fällt die Lagebeurteilung der E-Commerce-Umsätze im Mai und Juni mit einem Rückgang von 10,9 Punkten auf einen Indexwert von 143,2 Punkten eher verhalten aus. Die Erwartungen für den Verlauf des E-Commerce-Geschäfts in den kommenden 12 Monaten erreicht mit einem optimistischen Indexwert von 168,2 Punkten einen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von plus 14 Punkten.

Der vollständige Berichtsband zum kostenlosen Download und alle Informationen zum B2B E-Commerce Konjunkturindex und den Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden sich unter: www.b2b-ecommerce-index.de

Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer zwei-monatlichen Befragung von Entscheidern und Projektverantwortlichen aus deutschen B2B-Unternehmen. Die Unternehmen beurteilen ihre aktuellen Umsätze und ihre Erwartungen an die Umsatzentwicklung in den folgenden zwölf Monaten auf einer 5-Punkte-Skala von „sehr negativ“ bzw. „stark verschlechtern“ bis „sehr positiv“ bzw. „stark verbessern“. Die ausgewiesenen Werte des B2B E-Commerce Konjunkturindex berechnen sich als Differenz der Anteile positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsätze und Ausgaben plus 100. Somit bedeutet ein Wert von 100, dass der Anteil positiver Rückmeldungen genauso groß ist wie der Anteil negativer Rückmeldungen.

An der siebzehnten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 43 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang September 2016. Teilnehmen können alle B2B-Unternehmen, die Umsätze über internetbasierte und digitalisierte Angebots- und Auftragsprozesse generieren. Mit ihrer Teilnahme an den Umfragen des B2B E-Commerce Konjunkturindex tragen die Panelists dazu bei, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Onlinehandel zu bringen und profitieren von kostenfreien Ergebnissen.

www.b2b-ecommerce-index.de

Über die IntelliShop AG

Gegründet im Jahr 2004, verzeichnet die IntelliShop AG hohe, jährliche Wachstumsraten und konnte sich schnell als einer der innovativsten Anbieter für komplexe Shopsysteme im Enterprise-Segment etablieren.

Die modulare Architektur und der innovative Prozessmanager ermöglichen eine vollständige Anpassung des Shops an die bewährten Unternehmensprozesse. Dank integrierter Middleware erfolgt die schnelle und problemlose Integration in die vorhandene IT-Infrastruktur.

Zu den B2B-Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, GEA, Wieland Electric, 1&1, Horizont, EWM, Knüppel oder Nordwest. Im B2C-Segment vertrauen T-Mobile, Teleshopping, Eismann oder die Österreichische Post auf IntelliShop.

www.intellishop.ag

ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment.

Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

Was können wir für Sie tun? www.ecckoeln.de

Ihr Redaktionskontakt

IntelliShop AG
Oliver Schwartz
Amalienbadstraße 41
76227 Karlsruhe

Tel. +49 721 381341-750
Fax +49 721 381341-760
oliver.schwartz@intellishop.ag

ECC Köln
Juliane Mischer
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23
Fax +49 221 943607-59
j.mischer@ifhkoeln.de

index Agentur für strategische
Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH
Astrid Michalik
Zinnowitzer Straße 1
10115 Berlin

Tel. +49 30 39088-194
Fax +49 30 39088-199
intellishop@index.de