

PRESSEMITTEILUNG

CUSTOMER JOURNEY IM B2B: DIGITALE SERVICES GEWINNEN AN BEDEUTUNG

Neuer B2Bkix des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit der IntelliShop AG untersucht Customer Journey im B2B. Fazit: Auch im Geschäftskundensegment wird eine Vielzahl an Services im Informations- und Beschaffungsprozess angeboten. Wirtschaftliche Lage der B2B-Unternehmen erholt sich deutlich.

Köln/Karlsruhe, 26. Mai 2021 — Auch B2B-Unternehmen bieten ihren Kundinnen und Kunden mittlerweile zahlreiche digitale Services im Informations- und Beschaffungsprozess an. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt der neue B2B E-Commerce Konjunkturindex (B2Bkix), eine Initiative der IntelliShop AG und des ECC KÖLN. Im Informationsbeschaffungsprozess bieten 68 Prozent der Befragten bereits digitale Produktinformationen an und bei 67 Prozent der befragten B2B-Unternehmen profitieren Kund:innen von digitalen technischen Datenblättern. Daneben steht im After-Sales-Bereich bei knapp zwei Dritteln (65 %) ein Dokumentendownload für die Kundschaft zur Verfügung.

Für mehr als die Hälfte der B2B-Unternehmen (56 %) zielen die einzelnen Angebote auf einen höheren Unternehmenserfolg ab. Doch auch die Zufriedenheit der Kund:innen steigt laut 54 Prozent der Befragten durch das Angebot von digitalen Services in der Customer Journey. Während sich mehr als die Hälfte der befragten B2B-Unternehmen (56 %) bereits ausgiebig mit dem Kaufprozess der eigenen Kundschaft beschäftigt hat, arbeiten rund zwei Drittel der befragten Unternehmen (66 %) auch kontinuierlich an dessen Optimierung.

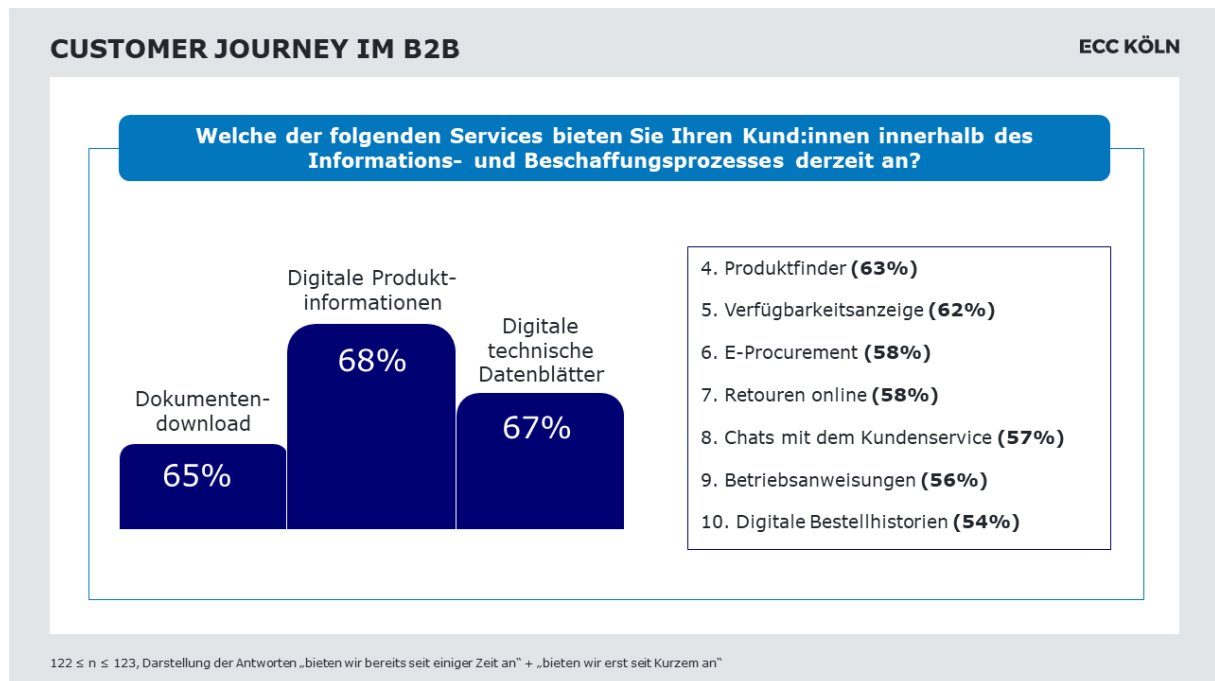
Onlineangebot vs. Persönlicher Kontakt

Die Mehrzahl der Prozessschritte in der Customer Journey im B2B werden mittlerweile entweder überwiegend online angeboten oder es besteht eine Mischung aus Onlineangeboten und persönlichem Kontakt. Beispielsweise können die Bestellung von regelmäßig benötigten Artikeln und die Retourenabwicklung bei 32 Prozent der befragten B2B-Unternehmen überwiegend online abgewickelt werden. Im Bereich des Beschwerdemanagements hingegen bedarf es oftmals eines persönlichen Kontaktes: 26 Prozent der B2B-Unternehmen nehmen Beschwerden überwiegend persönlich entgegen.

Wirtschaftliche Lage erholt sich deutlich

Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen bewerten ihre aktuellen E-Commerce-Umsätze positiv. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigt der Index um 12,8 Punkte und zeichnet damit einen positiven Trend ab. Auch für die Zukunft versprechen sich die befragten B2B-Verantwortlichen eine positive Entwicklung: 65 Prozent erwarten, dass sich die E-Commerce-Umsätze in den kommenden zwölf Monaten verbessern werden. Auch die Gesamtumsätze werden von mehr als der Hälfte der Befragten (53 %) positiv bewertet. Der Index steigt um 20,9 Punkte verglichen zum Vorjahresmonat. Noch deutlicher steigt der Index der zukünftigen Gesamtumsätze: 60 Prozent der B2B-Unternehmen erwarten eine Verbesserung, wodurch der Index im Vergleich zum ersten Quartal des letzten Jahres um 55,6 Punkte steigt.

Wörter der Meldung: 387
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.946



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer quartalsweisen Befragung von Entscheidungstragenden 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.

Für die Erhebung wurden im Zeitraum vom 26. April bis zum 07. Mai 128 Entscheider:innen und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Thema der Befragung war die Customer Journey im B2B. Die Studie wurde im Auftrag der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC KÖLN durchgeführt.

Die Ergebnisse stehen zum kostenlosen Download unter folgendem Link zur Verfügung: www.b2b-ecommerce-index.de

Die nächste Erhebung startet im Juli 2021. 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 können auch Sie dazu beitragen, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Onlinehandel zu bringen und profitieren außerdem von kostenfreien Ergebnissen.

Sie sind ebenfalls ein B2B-Unternehmen im deutschen Mittelstand, beschäftigen sich mit dem Thema E-Commerce und Digitalisierung und möchten zukünftig selbst an der Befragung teilnehmen?

Die Teilnahmemöglichkeiten finden Sie unter www.b2becommerceindex.de/ueberblick/registrierung/

Über die IntelliShop AG

Als deutscher Softwarehersteller entwickelt die IntelliShop AG seit 2004 Enterprise B2BCommerce-Lösungen für die internationalen Vertriebs- & Handelsstrukturen von Großkunden. Die IntelliShop-Experten setzen ihren Fokus auf eine kompromisslose Kundenzufriedenheit und eine zielgerichtete, digitale Umsatzsteigerung. Ergänzt werden die Produkte durch zusätzliche Dienstleistungen im Bereich Professional Services und Outsourcing-Services. Zu den Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, Miltenyi Biotec, Wieland Electric, Gemü, Jordan, Knauf, Kaut-Bullinger, Nordwest Handel, T-Mobile, telering oder eismann.

Mehr unter: www.intellishop-software.com

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: <https://www.ifhkoeln.de/ueber-uns/ecc-koeln/>