

## PRESSEMITTEILUNG

### **LIEFERANTENBEZIEHUNGEN IMMER UNVERBINDLICHER: SERVICES ALS ERFOLGSFAKTOR FÜR DIE GESCHÄFTSKUNDENBINDUNG**

*Durch den verstärkten Wettbewerb im B2B-Onlinehandel verlieren Lieferantenbeziehungen an Relevanz. Wie Großhändler dieser Entwicklung begegnen können, zeigt die neue Studie von ECC KÖLN und Adobe. Ergebnis: Services sind auch im Geschäftskundenumfeld ein wichtiges Kundenbindungsinstrument.*

**Köln, 25. Januar 2022** – Wer kriegt die Kund:innen – und wie? Die fortschreitende Digitalisierung verschärft den Wettbewerb auch im B2B-Umfeld. Lieferantenbeziehungen sind heute weniger eng als noch vor zwei Jahren und was im B2C-Handel schon länger beobachtet wird, erreicht nun auch das Geschäftskundenumfeld: Für Anbieter wird es zunehmend schwieriger, nur mit Produkten zu begeistern. Im dritten Teil der Studienreihe „Der moderne B2B-Einkauf“ untersuchen das ECC KÖLN und Adobe daher, inwiefern (digitale) Services als Katalysator in der Kundenbindung dienen können. Fazit: Richtige Kundenbindungsmaßnahmen können in Zukunft erfolgsentscheidend werden. Dabei sollte insbesondere auf Verbundenheit – also die freiwillige wiederholte Entscheidung der Kund:innen für einen Anbieter – gesetzt werden.

#### **Service sells – immer und überall**

Verbundenheit und positive Kundenerlebnisse können in allen Phasen der digitalen Customer Journey geschaffen werden. Während Beschaffer:innen während der Vorkaufphase insbesondere durch Verfügbarkeitsanzeigen online oder im Geschäft sowie Produktfinder überzeugt werden können, punktet die Möglichkeit einer Schnellbestellung innerhalb der Kaufphase bei Einkäufer:innen aller Generationen. Übergreifend bewerten sie zudem einen Chat mit Mitarbeiter:innen des Kundenservices als relevant. Ein Blick auf die verschiedenen Generationen offenbart zudem, dass jüngere Einkäufer:innen der Generationen Y und Z\* weiteren, innovativeren Services sowie Automatisierungen eine größere Relevanz zuschreiben.

#### **B2C setzt Maßstäbe**

Das private Einkaufsverhalten hat einen großen Einfluss auf das geschäftliche Beschaffungsverhalten – nicht nur in den Generationen Y und Z, die Teil zwei der Studienreihe schwerpunktmäßig unter die Lupe genommen hat. Beruflich genutzte Kundenportale werden (un)bewusst mit jenen aus dem privaten Umfeld verglichen. Insbesondere beim Vergleich mit Amazon bemängeln 65 Prozent der Beschaffer:innen, dass ihr privater Kundenbereich beim Onlineriesen mindestens doppelt so viele Informationen bietet, wie die beruflich genutzten Kundenportale.

*„Alte Bestellungen anschauen, Zahlungseinstellungen ändern, Abobestellungen anpassen oder alternative Versandadressen hinzufügen – für Kund:innen von Amazon selbstverständlich. Und auf digitale Services und Informationen, die im privaten Umfeld tagtäglich nutzbar sind, möchten auch im beruflichen Kontext die wenigsten Kund:innen verzichten. Der Kundenanspruch, effektiv und frustfrei Bestellungen zu verwalten, wird von B2B-Herstellern*

und -Händlern aber noch viel zu wenig erfüllt. Für die nachhaltige Kundenbindung von B2B-Einkäufer:innen ist der einfache Zugang zu Informationen und Services jedoch essentiell", ordnet Michael Mertens, Projektmanager & B2B Commerce Expert, die Ergebnisse der Studie ein.

### Ausblick: Künstliche Intelligenz

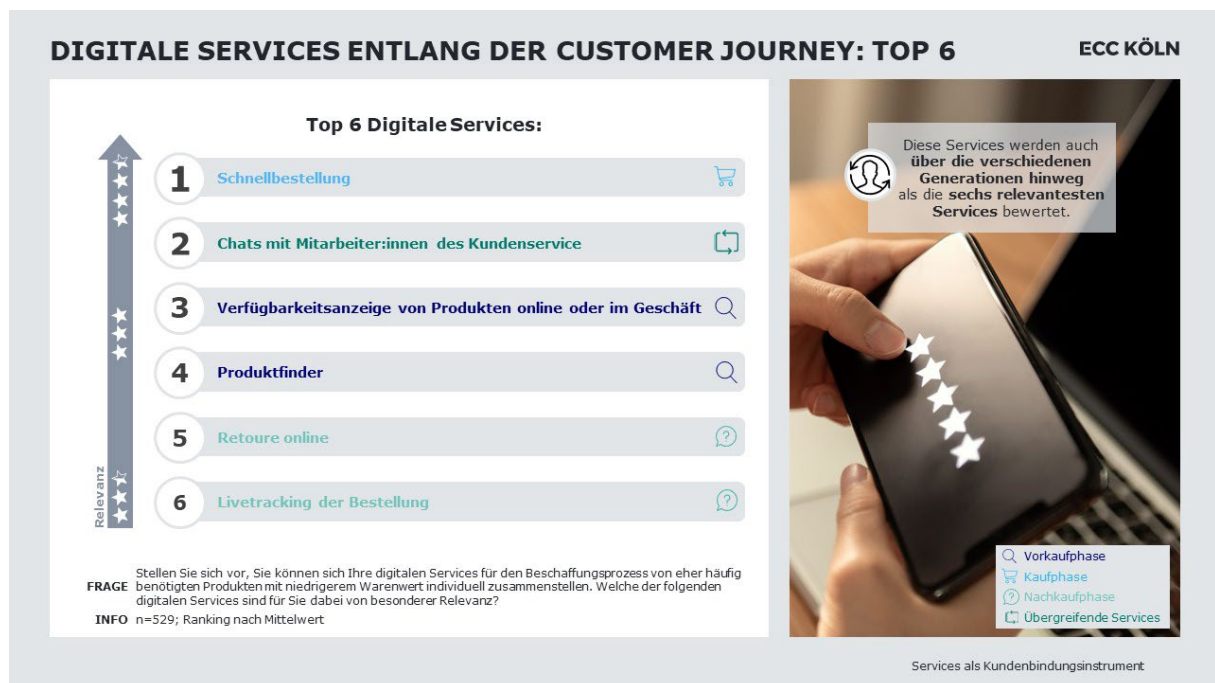
Unternehmen, die langfristig erfolgreich sein möchten, sollten auf künstliche Intelligenz (KI) setzen – so die Einschätzung von fast dreiviertel der im Rahmen der Studie befragten Beschaffer:innen (73 %). Der Einsatz von KI wird aus Sicht der überwiegenden Mehrheit der Befragten (79 %) insbesondere den Beschaffungsprozess von häufig benötigten Produkten mit niedrigerem Warenwert innerhalb der nächsten fünf Jahre stark automatisieren. Ob KI den Beschaffungsprozess auch revolutionieren und als Gamechanger fungieren wird, bleibt abzuwarten.

„Erwartungen aus dem Consumer-Bereich halten Einzug in den digitalen B2B-Beschaffungsprozess. Mit unserer Studie geben wir Händler:innen konkrete Empfehlungen an die Hand, was Kund:innen von einer überzeugenden B2B Customer Journey erwarten. Schnellbestellungen, Chats mit dem Kundenservice und personalisierte Ansprachen zählen zu den wichtigsten Erwartungen an einen Onlineshop“, erklärt Melissa Fröhlich, Solutions Consultant bei Adobe.

Wörter der Meldung: 516

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.205

\* Zur Generation Y zählen in dieser Studie die Jahrgänge 1980 bis 1994 (aktuelles Alter zwischen 27 und 41 Jahren; zur Generation Z die Jahrgänge 1995 bis 2010 (aktuelles Alter zwischen 11 und 26 Jahren). Das Mindestalter der Generation Z liegt in dieser Studie bei 18 Jahren.



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 sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Studienreihe

In der dreiteiligen Studienreihe „Der moderne B2B-Einkauf“ untersuchen das ECC KÖLN und Adobe das Informations- und Beschaffungsverhalten im beruflichen Umfeld sowie die Auswirkungen von digitalen Dienstleistungen auf den B2B-Einkauf. Hierfür wurden 529 (Mit-)Entscheider:innen aus

verschiedenen Branchen beim Einkauf von eher häufig benötigten Produkten mit niedrigerem Warenwert und unregelmäßigem Bedarf aus unterschiedlichen Produktkategorien online befragt. Teil drei widmet sich dabei dem Schwerpunktthema „Services als Kundenbindungsinstrument“.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

### **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](http://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: [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)

### **Über Adobe Commerce**

Adobe Commerce ist eine branchenführende Commerce-Lösung in der Adobe Experience Cloud, die Händlern und Marken in den Bereichen B2B, B2C und bei hybriden Anwendungsfällen eine unübertroffene Agilität und Skalierbarkeit bietet, um ihre Produkte auf sehr differenzierte Weise zu vermarkten. Adobe Commerce, powered by Magento, wurde im Jahr 2020 als Leader sowohl im Gartner Magic Quadrant for Digital Commerce, als auch im Forrester Wave for B2B- und B2C-Commerce eingestuft und verfügt über ein leistungsstarkes Portfolio an Cloud-basierten Omnichannel-Lösungen, die es Händlern ermöglichen, digitale und physische Einkaufserlebnisse nahtlos zu integrieren. Mit Adobe Commerce ist Adobe zum zehnten Mal in Folge der führende Anbieter der Digital Commerce 360 Top 1000 Online-Händler und der Top 500 Guides für Europa und Lateinamerika. Die Adobe Commerce Plattform profitiert von einem globalen Netzwerk von Lösungs- und Technologiepartnern, einer weltweit aktiven Entwickler-Community und dem größten Onlinemarktplatz für Erweiterungen, dem Magento Marketplace.

Weitere Informationen unter <https://adobe.ly/3joi7J>