

PRESSEMITTEILUNG

B2BEST BAROMETER: KUNDENFOKUS UND ERFOLGSMESSUNG ESSENZIELL FÜR EINE GUTE CUSTOMER EXPERIENCE

Neues B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform zeigt: Customer Experience weiterhin Top-Thema im B2B-Handel. Erfolgsmessung und personalisierte Angebote entlang der gesamten Customer Journey haben hohe Relevanz. Wirtschaftliche Lage bleibt stabil.

Köln, 26. Oktober 2023 — Die Relevanz einer nahtlosen Customer Journey verbunden mit einem optimalen Einkaufserlebnis für die Kundschaft ist längst auch im B2B-Sektor angekommen. Eine gute Customer Experience (CX) wird von 73 Prozent der Großhändler und Hersteller als wichtiges Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerb identifiziert. Acht von zehn Befragten geben an, dass die Bedürfnisse der Kund:innen bei ihrem unternehmerischen Handeln höchste Priorität haben. Die eigene Customer Experience schätzt die Mehrheit (79 %), wie bereits 2021, als gut bis sehr gut ein. Gleichzeitig erschweren Herausforderungen wie der andauernde Fachkräftemangel (54 %), die wachsende Anzahl an digitalen Vertriebskanälen (53 %) und gesteigerte Kundenanforderungen (52 %) die Umsetzung oder Optimierung der Customer Experience. Das zeigen die Ergebnisse des zwölften B2BEST Barometers des ECC KÖLN und Creditreform, das heute im Rahmen der B2BEST DIGITAL vorgestellt wird.

Optimierungspotenzial entlang der gesamten Customer Journey

Trotz der überwiegend guten Selbsteinschätzung der Unternehmen in puncto CX, sieht die Mehrheit der Befragten über alle Phasen der Customer Journey hinweg noch Verbesserungspotenzial, um auch zukünftig wettbewerbsfähig zu bleiben. Als wichtige Stellschrauben zur Optimierung werden u. a. die Gestaltung der Onlinekanäle (33 %), transparente Informationen zu Verfügbarkeiten und Lieferzeiten (29 %) sowie die Anzahl an Verkaufskanälen (27 %) genannt. Schon heute setzen die Unternehmen auf diverse Maßnahmen, um ein gutes Kundenerlebnis zu gewährleisten. So bietet die Hälfte der B2B-Händler die Möglichkeit zum Download relevanter Dokumente (52 %), verschiedene Kanäle zur Beschaffung (49 %) oder Anleitungs- und Produktvideos (48 %) an. Auch Warenverfügbarkeitsanzeigen (46 %) und Mobile Commerce (42 %) sind in diesem Kontext relevant.

„Damit Maßnahmen für eine gute CX erfolgreich umgesetzt werden können, muss aber auch das Fundament in den Unternehmen stimmen: Interne Systeme müssen aufeinander abgestimmt sein, Lagerbestände digitalisiert und Datensilos aufgehoben werden. Dessen sind sich die Großhändler und Hersteller bewusst und priorisieren diese Themen entsprechend stark“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Personalisierung und Erfolgsmessung als Must-haves für eine gute CX

Um bestmöglich auf die eigene Kundschaft einzugehen, setzen zudem nahezu alle Großhändler und Hersteller (94 %) auf Personalisierungsmaßnahmen. Der Fokus liegt hierbei auf den Bereichen Onlinevertrieb, Kundenservice und Marketing.

„Eine personalisierte Kundenansprache und individualisierte Angebote wirken sich sehr positiv auf die Kundenzufriedenheit aus. Die Ergebnisse zeigen, dass es beim Onlineauftritt zahlreiche

Möglichkeiten im Bereich der angebotenen Services, Angebote und Zahlungsmöglichkeiten gibt, die individuell für Kundengruppen, Branchen oder Unternehmen ausgespielt werden können. Vor allem die Relevanz von individuellen Zahlungsverfahren hat im Jahresvergleich deutlich an Relevanz gewonnen", erklärt Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform.

Wie erfolgreich die ergriffenen CX-Maßnahmen sind, kontrollieren drei Viertel der Befragten regelmäßig. Grundlage für die Erfolgskontrolle sind derzeit vor allem Kundenfeedbacks (52 %) sowie die Messung bestimmter KPIs (47 %), wohingegen das Arbeiten mit Personas (2023: 29 %, 2021: 35 %) im Jahresvergleich abgenommen hat. Definierte KPIs sind insbesondere die Kundenzufriedenheit (51 %) sowie die Kundenabwanderungs- und Kundenbindungsrate (je 49 %). Kleinere Unternehmen nutzen tendenziell weniger verschiedene Kennzahlen.

Wirtschaftliche Lage bleibt stabil

Die Mehrheit der Hersteller und Großhändler bewertet die allgemeine wirtschaftliche Lage mit einem Mittelwert von 1,99 (auf einer Skala von 1=sehr gut bis 5=sehr schlecht) weiterhin grundsätzlich positiv. Die Investitionen sind ähnlich hoch wie im dritten Quartal des laufenden Jahres, erkennbare Zuwächse gibt es in den Bereichen Social Media (35 %) und Marketing Automation (34 %).

Wörter der Meldung: 582

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.426



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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 das B2BEST Barometer

Im Rahmen des „B2BEST Barometers“ beleuchten das ECC KÖLN und Creditreform quartalsweise die Stimmung im Großhandel und B2B-Vertrieb sowie Trendthemen der Branche. Hierfür wurden im vierten Quartal 2023 insgesamt 209 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage, Einstellung sowie zur Umsetzung von digitaler Transformation online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „Customer Experience“ fokussiert.

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

Die [B2BEST DIGITAL 2023](#) sowie die Veröffentlichung des B2BEST Barometers Vol. 12 findet am 26. Oktober 2023 statt. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händler, Hersteller und Lösungsanbieter eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über Creditreform

Creditreform ist Deutschlands führender Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement. Seit 1879 schützen wir Unternehmen vor Zahlungsausfällen, schaffen Transparenz und Sicherheit. Mit bundesweit 128 selbstständigen Geschäftsstellen und über 4.100 Mitarbeitern betreuen wir rund 130.000 Mitgliedsunternehmen. Unterstützt werden wir von unseren spezialisierten Tochterunternehmen der Gruppe Creditreform, Creditreform AG und Creditreform International.