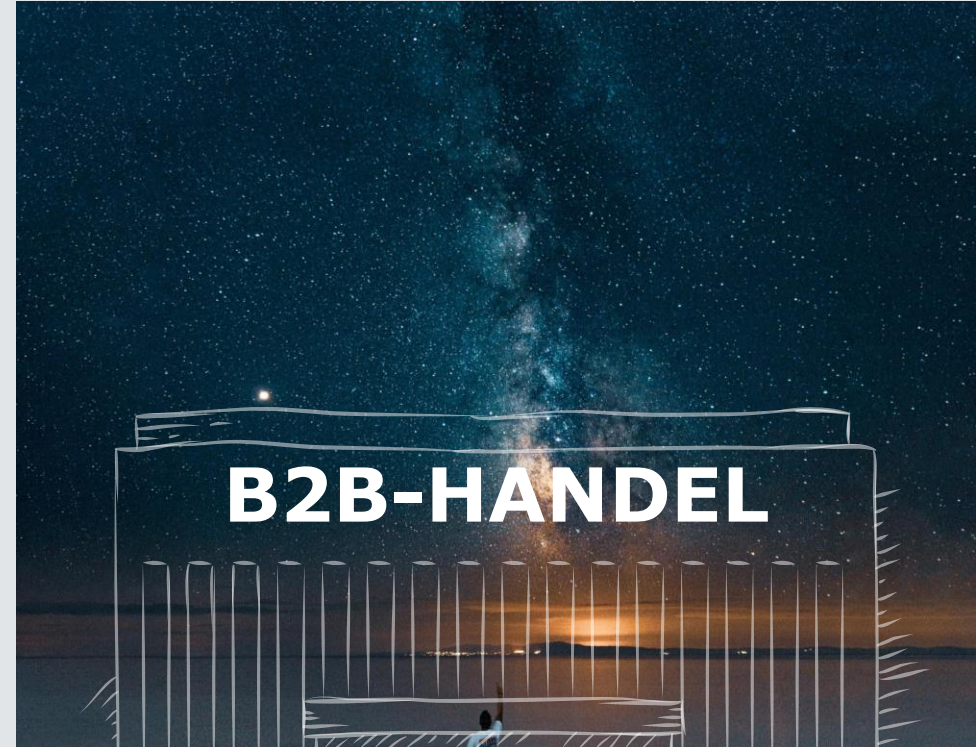


ONLINE COMMERCE UND DIE KUNDENANSPRACHE IM DIGITALEN ZEITALTER:

WAS ÄNDERT SICH AUCH IM B2B?

Mittelstandsforum all for one Group

Dr. Kai Hudetz, IFH Köln GmbH, 18.11.2020



WETTBEWERB

B2B-HANDEL

KUNDEN

MARKT



KUNDEN

Wie verändert sich der Kunde?

**Wie erreiche ich den Kunden
am besten?**

2/3

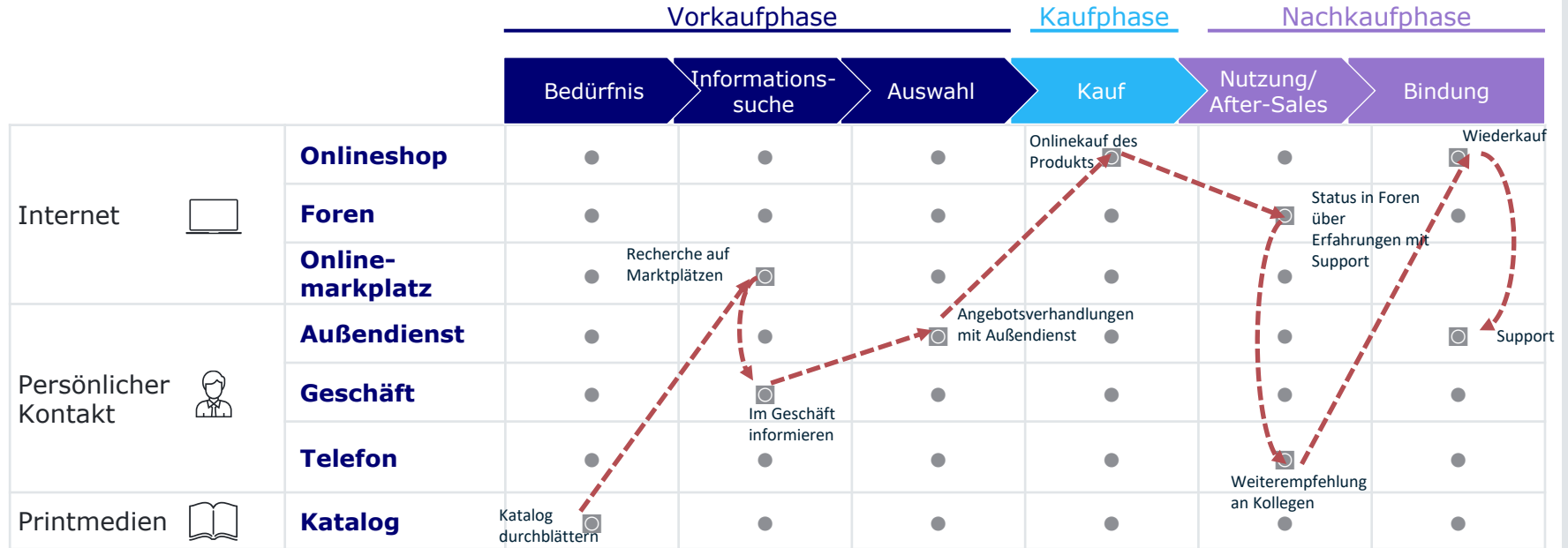
der Beschaffer nutzen Ihr
Smartphone
zur Informationssuche im
Beschaffungsprozess.*









76%

der jungen Beschaffer unter 40
Jahren nutzen
Soziale Medien
in geschäftlicher Tätigkeit.**





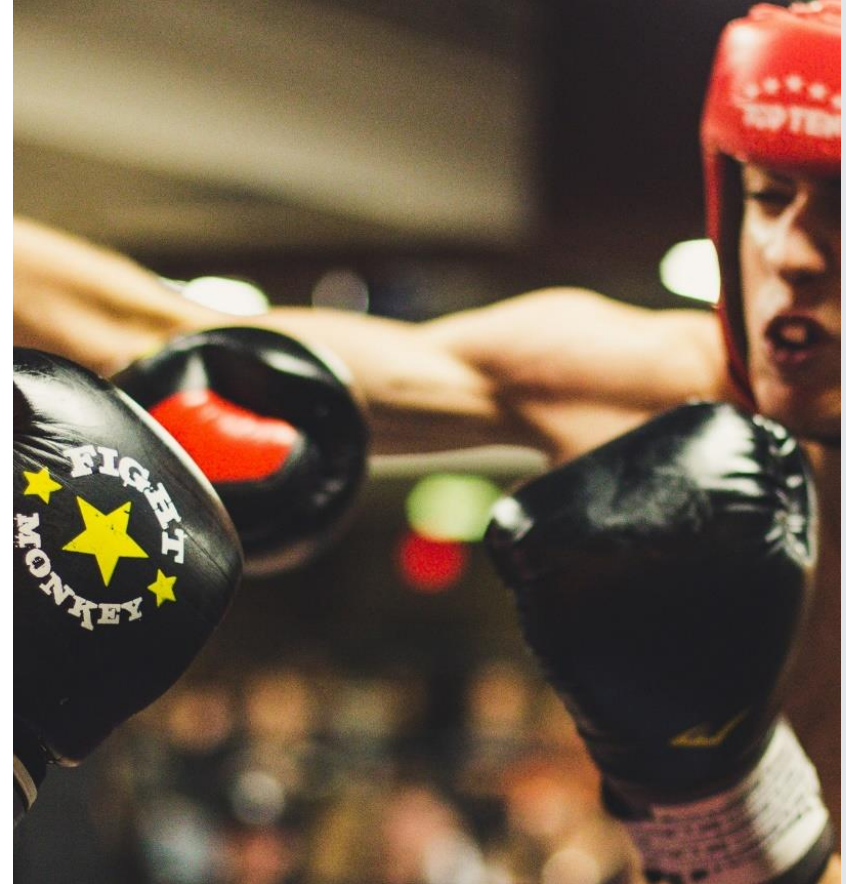
	Vorkaufphase		Kaufphase		Nachkaufphase	
	 Informationssuche		 Beschaffung		 Aftersales	
Internet 	75	<ul style="list-style-type: none"> Onlineshop Onlinemarktplatz Suchmaschinen Preisvergleich Foren/Netzwerke ... 	71	<ul style="list-style-type: none"> Onlineshop Onlinemarktplatz E-Procurement Internet of Things Diverse unterstützende Services 	38	<ul style="list-style-type: none"> Kanalübergreifende Bestellhistorie Dokumentendownload Retoure online Chat mit Kundenservice ...
Persönlicher Kontakt 	60	<ul style="list-style-type: none"> Persönlicher Besuch Telefon E-Mail Post Fax/Bestellschein SMS/WhatsApp 	77	<ul style="list-style-type: none"> Innendienst Außendienst Geschäft Messe/Veranstaltung 	58	
Printmedien 	73	<ul style="list-style-type: none"> Katalog eines Anbieters Katalog/Flyer zur Produktkategorie Katalog mehrerer Anbieter Flyer mit Angeboten 				

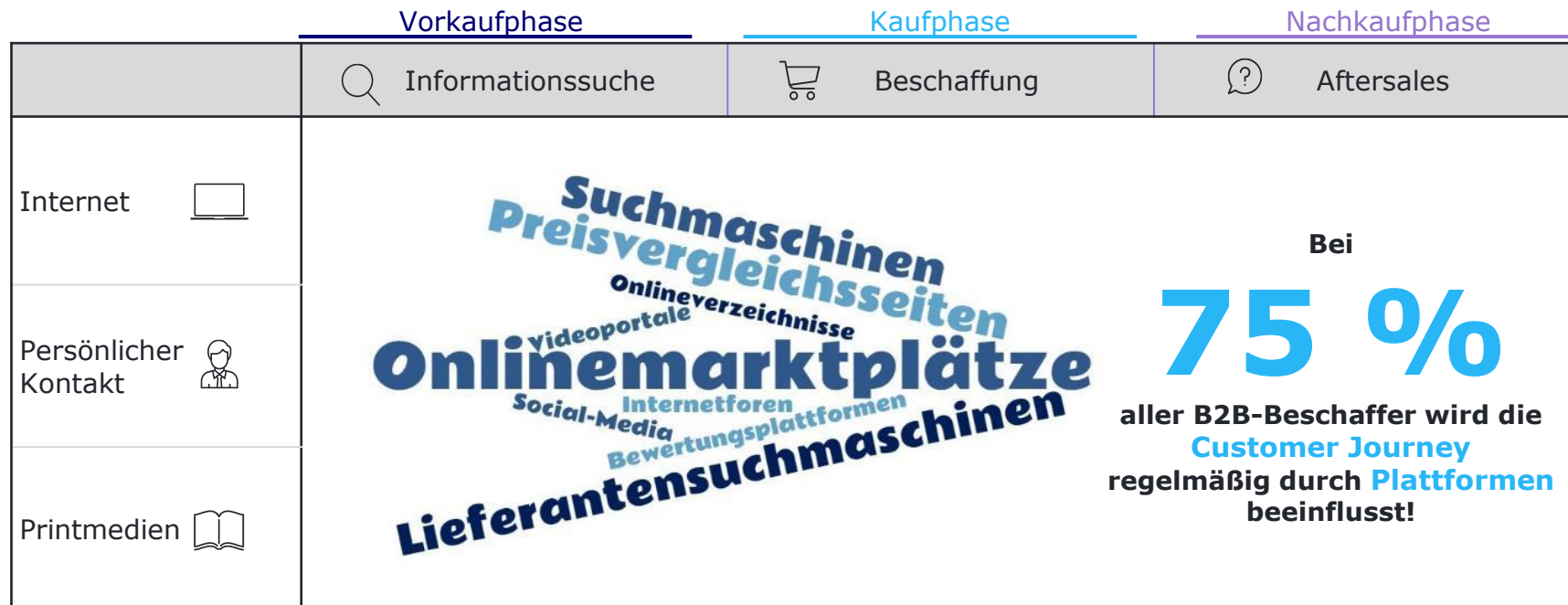
WETTBEWERB

Wie verändert sich das Wettbewerbsumfeld?

Welche Wettbewerber stellen für mich eine Gefahr dar?

Welche eine Chance?





MARKT

Wie verändert sich der Markt?



B2B E-Commerce Umsatz 2018



INFO Umsätze ohne Mehrwertsteuer



Auswirkungen auf den B2B- Handel



WETTBEWERB



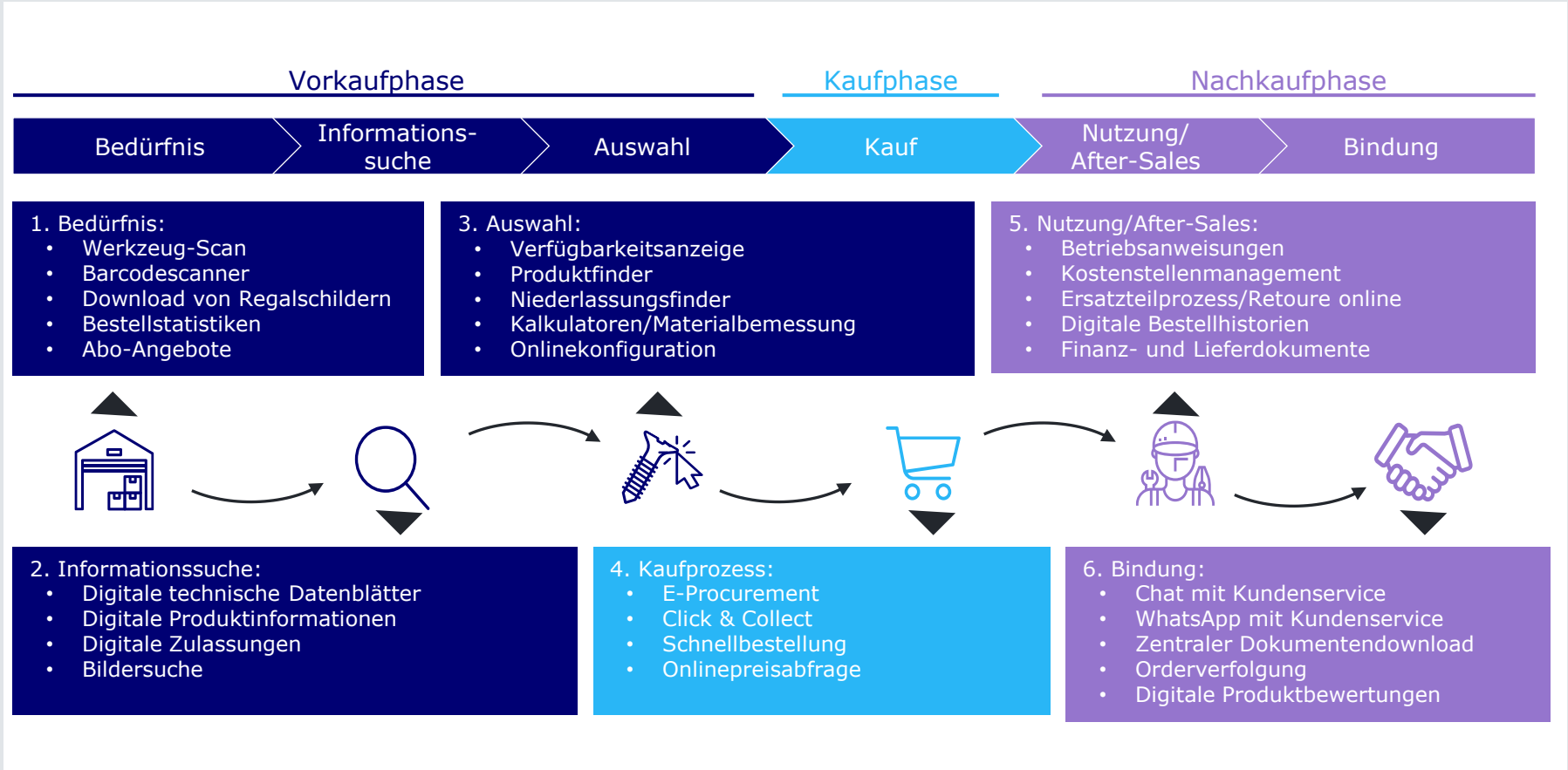
KUNDEN

MARKT

**Wert-
angebote**



**Ganzheitliche Lösungsansätze statt schlichter
Aggregation von Angebot und Nachfrage sind gefordert.**



Kunden- segmente



**Verändertes Endkundenverhalten erfordert Blick auf
Player abseits der klassischen Wertschöpfungskette.**

**Zukünftige
Geschäftsführer
und Beschaffer**



Nutzen Amazon häufiger
als Informationsquelle

Soziale Medien als
Inspirations- und
Bewertungskanal

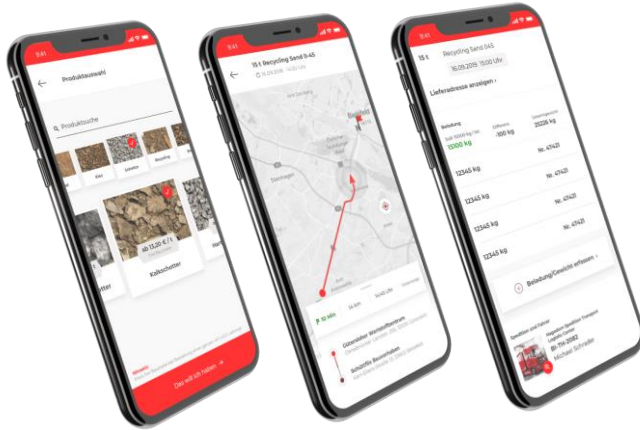
Bessere Verhandlungsbasis
wegen transparenten
Onlinepreisen

Informieren sich
hauptsächlich im Internet

...wollen dennoch
nicht auf Beratung
über den
Außendienst
verzichten

...

Gefahr: Verlust der Kundenbindung



SCHÜTTFLIX®

Beschaffung

- Digitalisiert die Beschaffung von Schüttgut
- komplett über die App
- komplett kontaktlos
- kein Papierkram mehr
- großes Lieferantennetzwerk
- Lieferung innerhalb weniger Stunden

Marketing

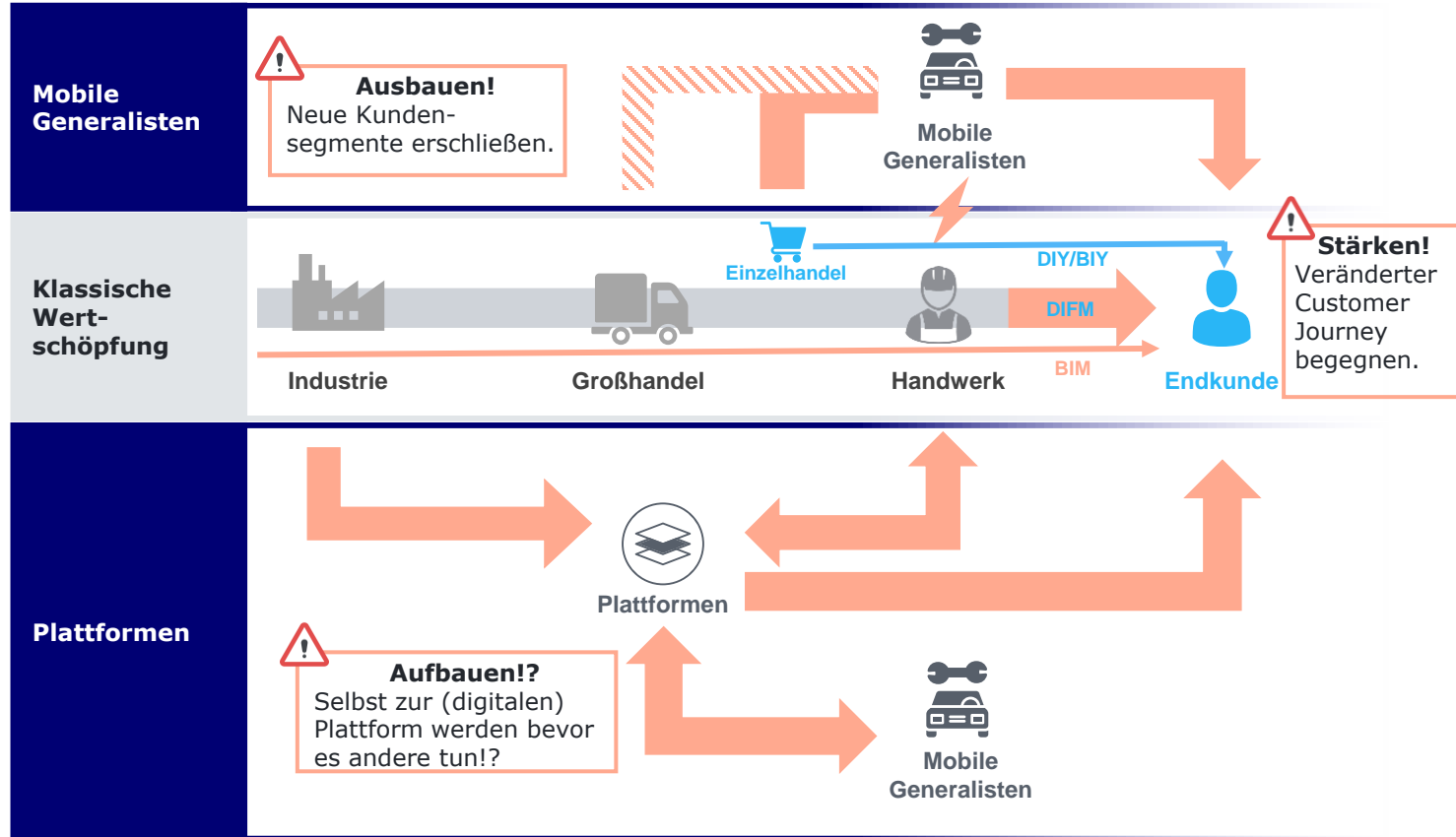
- über Social Media
- mit Testimonials

Erfolg

Umsatzwachstum
50 % monatlich

Während COVID-19
Bestellungen +120
%

> 900 Lieferanten





Kanäle



Klare Rollenverteilung zwischen den Kanälen muss geschaffen werden.

Persönlicher Kontakt



Beratung über Produkteigenschaften



Beschwerde-Management



Bestellung von neuen, vorher noch nie benötigten C-Teilen

Online



Retourenabwicklung



Information über aktuelle Preise



Bestellung von regelmäßig benötigten C-Teilen

46 %

Eine Verlagerung der üblichen Beschaffungsprozesse in digitale, automatisierte Prozesse finde ich gut, weil der Außendienstmitarbeiter dann mehr Zeit für individuelle Beratung hat.

WÜRTH  GROUP



Während COVID-19:
Kommunikation über E-Mail, Social Media
und Website über Produktverfügbarkeiten
und Erreichbarkeit von Außendienst und
Niederlassungen

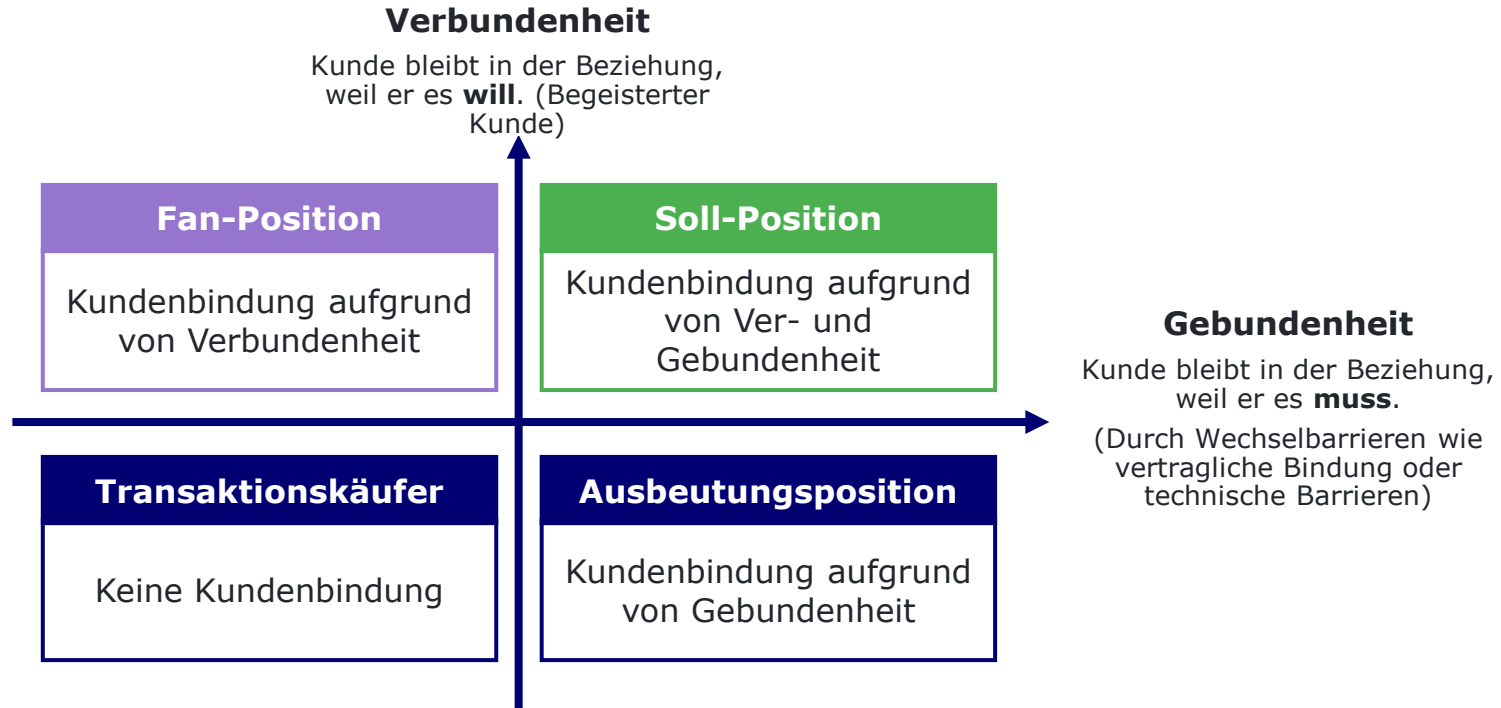
Erfolg

- rund 700 Suchanfragen pro Minute auf Website
- im Monat loggten sich rund 400.000 Kunden im Onlineshop und der Würth App ein
- im März, bei Ausbruch der Krise in Deutschland, hat der E-Business-Umsatz um 27 Prozent zugelegt



FAZIT

**Nachhaltige Kundenbindung erfordert (digitale)
Integration in die Wertschöpfungskette.**



FAZIT

**Weg vom reinen Produktverkäufer - hin zum
Lösungsanbieter!**

**Konsequent von der Customer Journey des Endkunden her
denken!**

Lernt aus den Fehlern im B2C!

**Disruptionsrisiko gesamter Geschäftsmodelle im Blick
behalten!**

**Covid-19 verändert den Handel – Digitalisierung wichtiger
denn je!**

KÖNNEN WIR IHNEN WEITERHELFFEN?



Dr. Kai Hudetz

Geschäftsführer

+49 (0) 221 943607-20

k.hudetz@ifhkoeln.de


IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de

 [@ifhkoeln](https://twitter.com/ifhkoeln)

 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)