

E-BOOK

E-COMMERCE IM GROSSHANDEL

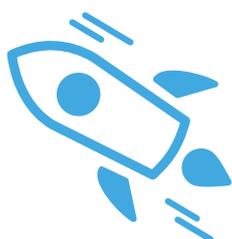
Wissen, Vorteile, Trends & Erfolgsfaktoren





INHALT

Einleitung	3
1. Einführung in den digitalen Handel	4
2. Online-Business-Strategien für Ihren Erfolg	8
3. Integration von E-Commerce für eine nahtlose Systemlandschaft	13
4. Die B2B-Shop-Software für den Handel	18
5. Mit B2B-E-Commerce-Automation zum zukunftsfähigen Unternehmen	22
6. Einblicke in Trends und Zukunft des E-Commerce	25
E-Commerce Know-How: Das Wichtigste im Überblick	31
Kontakt	37



EINLEITUNG

EINLEITUNG

In einer Ära der digitalen Transformation und des ständigen technologischen Fortschritts hat der elektronische Handel nicht nur den Einzelhandel revolutioniert, sondern auch den Großhandel grundlegend verändert. Heutzutage bietet E-Commerce im B2B-Sektor **eine Vielzahl von Möglichkeiten und Vorteilen für Unternehmen jeder Größe**, die in der Beschaffung und dem Verkauf von Produkten im Großhandel tätig sind.

Der traditionelle Großhandel war einst geprägt von umfangreichen Katalogen, persönlichen Verhandlungen und langwierigen Bestellprozessen. Doch mit der fortschreitenden Digitalisierung hat sich dieses Bild in eine andere Richtung verändert.

Heute ermöglicht E-Commerce im Großhandel **eine nahtlose und effiziente Interaktion zwischen Lieferanten, Händlern und Kunden**, und bietet damit eine Vielzahl von Chancen für Unternehmen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und neue Märkte sowie Kundengruppen zu erschließen.

In diesem E-Book werden wir uns mit den wesentlichen Aspekten des E-Commerce im Großhandel auseinandersetzen. Wir werden die **Vorteile und Herausforderungen** des digitalen Handels im B2B-Bereich erkunden, **bewährte Praktiken für den Aufbau** einer erfolgreichen E-Commerce-Plattform im Großhandel vorstellen und **Einblicke in die Trends und zukünftigen Entwicklungen** in dieser aufregenden Branche geben.

Egal, ob etabliertes Großhandelsunternehmen, das seine bestehenden Vertriebskanäle erweitern möchte, oder neu im Business mit dem Ziel, eine digitale Handelsstrategie zu verfolgen: **Unser E-Book bietet Ihnen wertvolle Informationen und praktische Tipps, um im E-Commerce im Großhandel erfolgreich zu sein.**

Nutzen Sie die Potenziale und Möglichkeiten, die der digitale Wandel mit sich bringt, und lernen Sie, wie Sie diese effektiv nutzen können, um Ihr Unternehmen in der heutigen digitalen Wirtschaft erfolgreich zu positionieren.

EINFÜHRUNG

STRATEGIE

INTEGRATION

SOFTWARE

AUTOMATION

TRENDS



EINFÜHRUNG



EINFÜHRUNG IN DEN DIGITALEN HANDEL

E-Commerce steht für **Electronic Commerce** und bezieht sich auf den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Im E-Commerce können Verbraucher online Waren bestellen, Produkte vergleichen und kaufen, ohne ein physisches Geschäft besuchen zu müssen. E-Commerce kann von Unternehmen genutzt werden, um Produkte oder Dienstleistungen online zu verkaufen, Kunden über das Internet zu erreichen und ihre Reichweite zu vergrößern – **die digitale Filiale!**

In den letzten Jahren hat E-Commerce immer weiter an Bedeutung gewonnen, da immer mehr Menschen online einkaufen (Online-Shops) und Unternehmen Ihre Produkte und Dienstleistungen online verkaufen. Laut einer aktuellen Studie des ECC (B2B Marktmonitor 2022) pusht der B2B-Internethandel den B2B-E-Commerce mit Wachstumsraten **von über 20 Prozent**.

Die Vorteile von E-Commerce umfassen eine **höhere Effizienz**, da es einfacher ist, Produkte zu finden und zu kaufen, und eine **größere Reichweite**, da das Internet den Zugang zu globalen Märkten ermöglicht.

Einige der **Herausforderungen im E-Commerce** umfassen die Notwendigkeit, sichere Zahlungsmöglichkeiten zu bieten, Vertrauen bei Kunden aufzubauen und eine effektive Logistik und Lieferung zu gewährleisten. Zudem müssen die Stammdaten aus dem ERP-System sauber und strukturiert aufbereitet sein, um als Basis für eine optimale Darstellung dienen zu können.



360° E-Commerce Touchpoints & Prozesse



EINLEITUNG

EINFÜHRUNG

STRATEGIE

INTEGRATION

SOFTWARE

AUTOMATION

TRENDS

E-Commerce und Online-Shop müssen eng miteinander verbunden sein, da ein Online-Shop eine der häufigsten Formen des E-Commerce ist. E-Commerce bezieht sich auf den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet, während ein Online-Shop ein virtueller Laden ist, in dem Kunden Produkte oder Dienstleistungen online kaufen können.

Über eine vollumfängliche E-Commerce-Plattform ist es möglich, den Kunden alle notwendigen Informationen für eine Kaufentscheidung jederzeit zur Verfügung zu stellen. Das können Datenblätter, technische Informationen, Pflege- und Einbauhinweise oder auch Verfügbarkeit und individuelle Preise sein.

Ihre Vorteile als Händler:

- **Effizienzsteigerung:** 20% weniger Aufwand bei 20% Online-Umsatz – jeder 5. Auftrag muss nicht mehr von Hand im System angelegt werden
- **Umsatzsteigerung:** Mehr Umsatz durch bessere Erreichbarkeit und Self-Service-Angebote, auch außerhalb der Öffnungszeiten
- **Erschließung zusätzlicher Kundengruppen:** 80% der Einkäufer bestellen Ihre Ware über einen Online-Shop
- **Bessere Kundenbindung:** Bis zu 60% Onlineanteil bei Kunden, die es gewohnt sind, Standardprodukte bei ihrem Großhändler online zu bestellen

Vorteile für Ihre Kunden:

- **24/7 Erreichbarkeit:** Ihre Online-Filiale hat rund um die Uhr für Ihre Kunden geöffnet
- **Für alle Geräte:** Ihr Kunde ist unabhängig in der Auswahl wann, wo und mit welchem Gerät er in Ihrer Online-Filiale einkauft
- **Transparenz & Organisation:** Ihr Kunde kann in seinem Kundenkonto alle relevanten Dokumente (Rechnungen, Bestellungen, Lieferscheine etc.) einsehen
- **Einfache Wiederbeschaffung:** Durch gezielte und personalisierte Inhalte können zuletzt gekaufte Artikel ohne großen Aufwand nachbestellt werden



STRATEGIE



ONLINE-BUSINESS-STRATEGIEN FÜR IHREN ERFOLG

Der technische Fortschritt und die Digitalisierung haben in den letzten Jahren für einen starken Wandel im Handel gesorgt. **Mobiles Bestellverhalten, steigende Anforderungen** aber auch der **demografische Wandel** setzen die Händler massiv unter Druck.

Know-how über den Markt und die Wettbewerber, die ganzheitliche Abbildung von Fulfillment-Prozessen, das Erreichen von Kundenbindung aber auch eine sinnvolle und langfristige Marketingstrategie für Reichweite und stabiles Wachstum sind für Händler von großer Bedeutung.

Doch wie kann ein Händler erfolgreich am Online-Markt bestehen? Da jedes Unternehmen unterschiedliche Ziele, Ressourcen und Herausforderungen hat, gibt es nicht die eine perfekte Strategie. Es gibt jedoch wichtige Elemente, die eine erfolgreiche Online-Business-Strategie enthalten sollte.

Wir haben einige Tipps zusammengestellt, die Händler unbedingt verfolgen sollten:

Die Zielgruppe klar definieren und kennenlernen

Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe und ihre Bedürfnisse, um sicherzustellen, dass Sie mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen die richtigen Kunden erreichen. Viele Online-Händler sind sich nicht über das Einkaufsverhalten ihrer Kunden bewusst, obwohl sie bereits viele Daten gesammelt haben. Es gilt, diese auszuwerten und die richtigen Schlüsse zu ziehen, damit Sie ihnen einen tatsächlichen Kundenvorteil bieten können.

Die Herausforderung hierbei ist, aus den umfangreichen Daten das passende Angebot zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal zu unterbreiten.

Individuelle Content-Gestaltung im Online-Shop

Lieblose Produktpräsentationen oder komplizierte Strukturen im Shop sind nicht förderlich für die Begeisterung der Kunden. Die Lösung für diese Herausforderung lautet: **Content Commerce**. Denn die Integration des Contents in den Einkaufsprozess des Kunden macht ein umfangreiches Kundenerlebnis möglich.

Content Commerce bedeutet hier aber nicht nur die Verknüpfung zwischen redaktionellem Inhalt und Verkauf. Vielmehr wird der Content **strategisch in den gesamten Einkaufsprozess** eingegliedert. Das bedeutet, dass der Kunde zu jeder Zeit und an jedem digitalen Touchpoint auf die benötigten Inhalte zugreifen können muss.

Aktuell müssen Marketing- und Content-Teams dabei die vielen Kanäle größtenteils noch manuell und über verschiedene Systeme mit Inhalten bespielen. Doch bei Content Commerce sind die verschiedenen Systeme **über eine gemeinsame Plattform vernetzt**. Das gibt den Mitarbeitenden die Möglichkeit, Inhalte wesentlich **einfacher, schneller** und **flexibler** entlang der gesamten Customer Journey bereitzustellen

Konkurrenzanalyse und Strategieentwicklung

Welches Ziel wird verfolgt? Wie können Stärken besonders hervorgehoben werden und wie können Kunden in Fans verwandelt werden? Was macht die Konkurrenz anders oder besser?

Untersuchen Sie Ihre Konkurrenten, um ihre Stärken und Schwächen zu verstehen und Ihre eigene Strategie darauf ausrichten zu können. Eine Strategie ist nicht in Stein gemeißelt, sondern ein kontinuierlicher Innovations-Prozess. Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen bewerben möchten, z. B. durch **Suchmaschinenoptimierung, E-Mail-Marketing** oder **Anzeigen in sozialen Medien**.

Customer Journey im Shop optimieren

Kunden haben immer **weniger Zeit und Geduld, aber steigende Ansprüche**. Die Erwartungshaltung ist klar: Ein Einkaufserlebnis muss her. Hier müssen das **Angebot**, die **benutzerfreundliche Technik** mit **geringen Ladezeiten** sowie auch die **optimale Präsentation der Produkte** inklusive Texten sowie guten Bildern oder Videos stimmen.

E-Commerce, Shop-Technik und Content sollten **eine Einheit bilden**, sodass die gesamte Customer Journey bis zum Kaufabschluss für Begeisterung sorgt.



Das richtige Setup für alle Kanäle

Die intelligente Vernetzung verschiedener Vertriebskanäle und Kommunikations-Plattformen steht für den Handel von heute auf dem Plan – Stichwort **Omnichannel**: Ziel des Omnichannel Marketings ist es, dem Kunden eine **größtmögliche Flexibilität** zu gewährleisten. Der User soll zu jedem Zeitpunkt zwischen verschiedenen Kanälen wechseln und seinen Handlungsprozess dabei stets fortsetzen können.

Dafür sollten Sie als Anbieter **sämtliche Kanäle integrieren** und sich vor allem den Ansprüchen und Gewohnheiten der **Verbraucher anpassen**, um Kundentreue zu gewährleisten.

Flexibilität und Optimierung

Die Digitalisierung schreitet in einer enormen Geschwindigkeit voran und schafft stetig neue Bedingungen. Um den Wandel mitzugehen, bedarf es der Bereitschaft, flexibel auf Veränderungen und Anpassungen zu reagieren, wenn die Notwendigkeit besteht. Es ist also wichtig, die Online-Business-Strategie **regelmäßig zu überprüfen und zu aktualisieren**, um sicherzustellen, dass Sie auf dem neuesten Stand bleiben und Ihre Ziele erreichen.

Integration in die Systemlandschaft

Die Integration in die Systemlandschaft ist ein wichtiger Faktor für ein erfolgreiches Online-Business. Durch die **nahtlose Integration verschiedener Systeme wie E-Commerce-Plattform, ERP-System, CRM, ECM-System, Archivierung und Buchhaltung** können Sie effiziente Prozesse und einen reibungslosen Betrieb gewährleisten.

Eine gut integrierte Systemlandschaft ermöglicht **Echtzeitdatensynchronisation, genaues Bestandsmanagement** und eine **verbesserte Kundenbetreuung**. Dadurch können Sie im Unternehmen effektiver arbeiten, skalieren und wertvolle Erkenntnisse gewinnen, um ihr Geschäft voranzutreiben.

FAZIT

Die richtige Online-Business-Strategie kann entscheidend sein, um langfristigen Erfolg im digitalen Markt zu sichern. Dabei ist es individuell zu betrachten, welche Faktoren für die eigene Strategie besonders bedeutsam sind.

Eine kontinuierliche Analyse und Anpassung der Strategie ist dabei unerlässlich, um den sich ständig verändernden Anforderungen des Online-Geschäfts gerecht zu werden und am Ende den Kunden genau das zu bieten, wonach sie suchen.



INTEGRATION

INTEGRATION VON E-COMMERCE FÜR EINE NAHTLOSE SYSTEMLANDSCHAFT

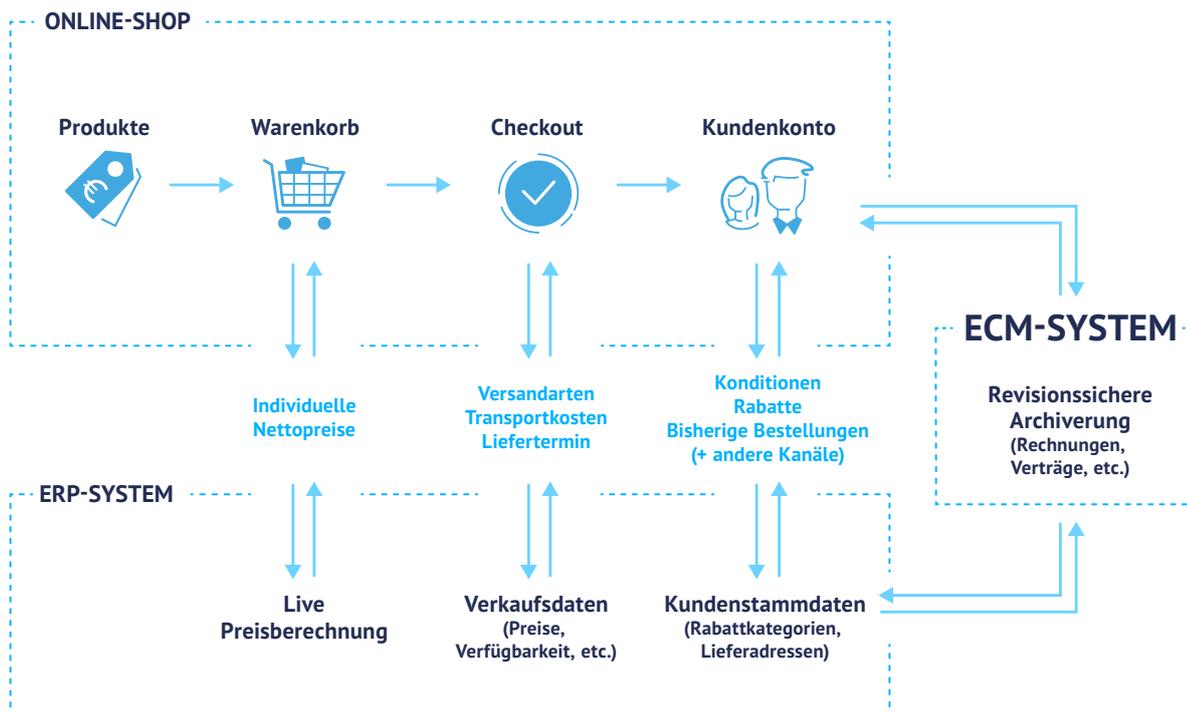
Durch die Integration eines Online-Shops mit dem ERP-System können Unternehmen den gesamten Verkaufsprozess **von der Bestellung bis zur Lieferung automatisieren und optimieren**.

Der große Vorteil für Sie: Eine aufwändige, doppelte Datenpflege und Aktualisierungen von komplexen Schnittstellen gibt es durch die automatisch vollständig integrierte Synchronisation zwischen Ihrem ERP-System und der Online-Shop-Software nicht mehr.

Durch die direkte **ERP-Anbindung** liefert ein Online-Shop alle essenziellen Funktionen, um Ihren Kunden einen vollständigen und effizienten Online-Shop zu bieten und sie auf allen Kanälen mit personalisierten Einkaufserlebnissen zu begeistern.

Gleichzeitig profitieren Sie von **automatisierten** Bestell- und Lieferprozessen, **Echtzeitdaten** über Verkaufs- und Kundenverhalten sowie einer **höheren Effizienz** durch die Vermeidung manueller Eingriffe. Die Integration von Online-Shop und ERP-System lässt Sie zudem schneller auf sich ändernde Marktanforderungen reagieren, wodurch Sie **Wettbewerbsvorteile** erzielen können – so schöpfen Sie die Potenziale des E-Commerce voll aus!





Ihre Vorteile als Händler:

- **Vollständiger Datenabgleich** mit dem Kunden- und Artikelstamm
- **Übernahme von Bestellungen** vom Shop ins ERP-System
- **Verwendung von Echtzeitdaten**, um Geschäftsentscheidungen zu treffen
- **Zentrale Verwaltung** von Bestellungen, Kundendaten & Lagerbeständen
- **Individuelle Kundenausrichtung** (Preisgestaltung, Angebote, etc.)
- **Automatisierung & Optimierung** von Prozessen

Vorteile für Ihre Kunden:

- **Jederzeit einkaufen**, auch ohne Beratung oder Bindung an die Öffnungszeiten
- Begeisterung der Kunden mit **personalisierten Angeboten & intuitiver Usability**
- Alle Dokumente (Rechnungen, Bestellungen etc.) im **Kundenkonto** einsehen
- Individuelle Preise und Zubehörempfehlung, **nutzergruppenbezogene Inhalte**
- **Einfache Nachbestellung** aus der Historie (zuletzt gekaufte Artikel)

Verbindung von CMS und Online-Shop

Ein **CMS (Content Management System)** spielt eine wichtige Rolle bei der Erstellung und Verwaltung eines Online-Shops und Ihrer Webseite – durch das Zusammenspiel verschmelzen sie zu nur einer Plattform.

So profitieren Ihre Kunden von einem optimalen Einkaufserlebnis und erleben von der Informationsgewinnung bis zum Einkauf des gewünschten Produkts keinerlei Brüche oder Absprünge auf andere Plattformen. Sie sparen sich bei der Pflege aller Inhalte auf nur einer Plattform eine Menge Zeit.

Profitieren Sie mit der Kombination aus Online-Shop und CMS von folgenden Vorteilen:

- **Effiziente Verwaltung** von Ihren Inhalten und Produkten auf einer Plattform
- **Personalisierte und individuelle Kundenansprache** entlang der Customer Journey (Produkt- und Sortimentsempfehlungen, Preise, Aktionsangebote, Beleghistorien, einfache Wiederbeschaffung von Standardartikeln, E-Mail-Marketing, Shop-Suche)
- **Verbesserte Suchmaschinenoptimierung und höheres Ranking** in den Suchergebnissen (bspw. bei Google)
- **Erweiterte Funktionalität** durch Plug-Ins und Erweiterungen für Allgeier Commerce
- **Einfache Analyse und Erfolgsmessung**

ECM-Integration für effiziente Informationsverwaltung

Um einen fehlenden Überblick bei zugehörigen Rechnungen, Verträgen oder Lieferscheinen zu vermeiden, ist die Anbindung eines Archivsystems zu empfehlen – so haben Sie Dokumente und Daten zu allen Vorgängen **strukturiert und digital** im Zugriff.

Ihre Vorteile mit der Verbindung von ECM, ERP und E-Commerce:

- **Sichere und langfristige Aufbewahrung** von wichtigen Dokumenten und rechtlich relevanten Unterlagen
- **Systematische Archivierung** und schneller Zugriff auf alle Dokumente
- **Lückenlose Nachverfolgung** von Transaktionen (z. B. Bestellungen, Lieferungen und Zahlungen)
- **Erfüllung rechtlicher Anforderungen** in Bezug auf die ordnungsgemäße Aufbewahrung von Dokumenten und Transaktionsdaten
- **Self-Service** für den Kunden bei Anforderungen von Belegkopien etc.



SOFTWARE

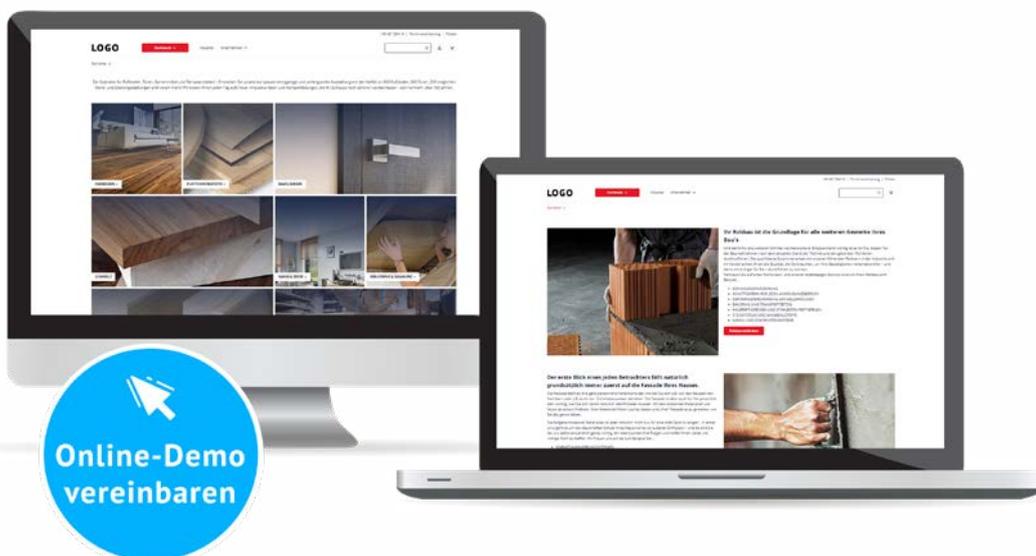
DIE B2B-SHOP-SOFTWARE FÜR DEN HANDEL

Allgeier Commerce von Allgeier inovar wurde mit Anbindungsmöglichkeiten an verschiedene ERP-Systeme speziell für die **spezifischen Belange des Handels** entwickelt, um alle Geschäftsprozesse **zentral** und **transparent** verwalten zu können.

Der Allgeier Commerce-Shop ermöglicht jedem Unternehmen einen **einfachen Einstieg** in den Online-Handel. Das modulare Shopsystem wurde von Branchenexperten speziell für den Großhandel entwickelt und ist **flexibel erweiterbar**. Als kompetenter Partner begleiten wir Sie von Beginn an und unterstützen Sie in allen Bereichen des E-Commerce-Business.

Mit uns profitieren Sie von einer umfassenden E-Commerce-Plattform – **alles aus einer Hand** für Ihr Business!

- **24/7 ortsunabhängig** erreichbare digitale Filiale mit Lagerbestand in Echtzeit
- Eine Standardlösung mit vielfältigen **Individualisierungsmöglichkeiten**
- **Integrierte Schnittstellen** und Anbindungen an verschiedene ERP-Systeme
- **Ideales Zusammenspiel** von Content und Commerce auf einer Plattform
- Sie gewinnen einen Handels- und E-Commerce-Experten als **Partner**



Effizient, nahtlos, integriert



Allgeier Commerce und Microsoft Dynamics 365 BC

Allgeier Commerce umfasst durch die **direkte Anbindung** an Microsoft Dynamics 365 Business Central alle essenziellen Funktionen, um Ihren Kunden einen **vollumfänglichen und leistungsfähigen** Online-Shop zu bieten und sie auf allen Kanälen mit personalisierten **Einkaufserlebnissen** zu begeistern.

Gleichzeitig profitieren Sie von automatisierten **Bestell- und Lieferprozessen**, Echtzeitdaten über Verkaufs- und Kundenverhalten sowie einer höheren **Effizienz** durch die Vermeidung manueller Eingriffe. Zudem können Sie auch schneller auf sich ändernde Marktanforderungen reagieren.

Allgeier Commerce und SAP

Durch die **direkte Anbindung** lassen Sie **Allgeier Commerce und SAP** zu einer Einheit verschmelzen und beseitigen Silos zwischen den Systemen.

Durch die Integration von **umfassender Automatisierung** werden nicht nur die Bedürfnisse Ihrer Endkunden erfüllt, auch Sie als Händler profitieren in vielen Bereichen: Durch die Automatisierung analoger Prozesse wird die **Effizienz** interner **Prozessabwicklungen** um ein Vielfaches erhöht und Fehler durch manuelles Erfassen von Daten entfallen!

Allgeier Commerce & syntona® logic

Mit der **nahtlosen Integration** in unsere eigenentwickelte ERP-Lösung syntona® logic umfasst die Allgeier Commerce-Software alle entscheidenden Funktionen, um Ihren Kunden im Bereich Holz- und Baustoffhandel einen **umfassenden und performanten** Online-Shop zu bieten.

Begeistern Sie Ihre Kunden mit persönlich zugeschnittenen Einkaufserlebnissen auf allen Kanälen! Gleichzeitig können Sie das Potenzial einer vollumfänglichen **E-Commerce-Plattform** voll ausschöpfen.

Mit unserer umfassenden E-Commerce-Plattform **optimieren Sie Ihre Geschäftsprozesse und verbessern die Kundenzufriedenheit** – das Ergebnis: Effizienz, Ressourcenschonung und Profitabilität!

Lassen Sie uns gerne unverbindlich über Ihre Projekte und Möglichkeiten mit unserer E-Commerce-Lösung und den Anbindungsmöglichkeiten sprechen.



EINLEITUNG

EINFÜHRUNG

STRATEGIE

INTEGRATION

SOFTWARE

AUTOMATION

TRENDS



AUTOMATION

MIT B2B-E-COMMERCE-AUTOMATION ZUM ZUKUNFTSFÄHIGEN UNTERNEHMEN

Mit **E-Commerce-Automation** wird die softwaregestützte und regelbasierte Optimierung von manuellen oder umständlichen Prozessen im E-Commerce bezeichnet, die der Effizienzsteigerung und der Verbesserung des Kundenerlebnisses dienen.

Durch den Einsatz von Automatisierungstechnologien können manuelle und zeitaufwändige Aufgaben automatisiert werden, was zu einer **schnelleren Auftragsabwicklung**, einer **Reduzierung von Fehlern** und einer **verbesserten Kundenkommunikation** führt.

Die 6 Dimensionen der E-Commerce-Automation

- **Daten**
Vollständigkeit, Aktualität
- **Prozesse**
Bestellprozess, Payment, Tracking
- **Performance**
Stabilität, Zuverlässigkeit, Updates
- **Kundenerlebnis**
Benutzerfreundlichkeit, Personalisierung
- **Marketing**
Automation, Optimierung, Messung
- **Organisation**
Kompetenzen, Verantwortlichkeiten

B2B-E-Commerce-Automation ist zweifellos die Zukunft des B2B-Handels! Mit der zunehmenden Digitalisierung und der Notwendigkeit, Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten, ist die Automatisierung dieser von entscheidender Bedeutung.



TRENDS

6

EINBLICKE IN TRENDS & ZUKUNFT DES E-COMMERCE

Der E-Commerce Boom reißt nicht ab: Auch nach der Pandemiezeit, die den Onlinehandel auf ein neues Level gehoben hat, steigt die Zahl der Onlineverkäufe weiterhin an. Bis zum Jahresende soll der jährliche Umsatz im Durchschnitt sogar um **weitere 20 Prozent** steigen. Der Erfolg spricht für sich und so wagen immer mehr Unternehmen den Schritt ins Online-Business – sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich.

Dieser Boom und der Wille, die aktuellen Marktentwicklungen mitzugehen, führt aber auch zu mehr Konkurrenz, weniger Übersichtlichkeit und der hohen Relevanz einer gut durchdachten Strategie. Doch wie sehen die Trends im E-Commerce zurzeit aus? Wie kann ein Unternehmen sich aus der Masse an Angeboten hervorheben und welche Methoden verhelfen zum Erfolg im Online-Geschäft?

Wir werfen einen Blick auf die aktuellen Trends und geben einen Ausblick, wie sich das Thema E-Commerce in naher Zukunft weiterentwickeln wird.

Omnichannel

Die **Omnichannel-Strategie** ist nicht neu, aber sie ist seit Jahren ein wichtiger Faktor für nachhaltigen Erfolg im Handel. Die unterschiedlichen Kanäle, die von den Kunden während der **Customer Journey** genutzt werden, müssen so ausgelegt und aufeinander abgestimmt sein, dass die Kunden ein **nahtloses Einkaufserlebnis** geboten bekommen. Dazu zählt die Filiale vor Ort, der Online-Shop und der mobile Zugriff auf alle relevanten Informationen.

Umso wichtiger ist es, einen integrierten Ansatz zu verfolgen, der **alle Kanäle in Verbindung** zueinander setzt. So werden alle Touchpoints, über die ein Kunde zum Kaufabschluss kommen kann, einheitlich miteinander verknüpft und es entsteht ein Einkaufserlebnis, das die Kunden von A-Z abholt und zufriedenstellt.

Social Commerce

Der Einfluss der Sozialen Medien ist in vielen Bereichen rasant gewachsen – so auch im E-Commerce. Ob Facebook, Instagram, TikTok oder auch Business Netzwerke wie LinkedIn und Xing: durch die detaillierten Nutzerdaten können potenzielle Interessenten- und Käufergruppen um einiges genauer identifiziert werden als auf herkömmlichen Webseiten oder Onlineshops.

Deshalb nutzen viele Händler bereits Soziale Medien als Teil der **Werbe- und Verkaufsstrategie**, um **direkt mit der relevanten Zielgruppe interagieren** zu können

Content Commerce

Content Commerce ist die **Integration des relevanten Contents in den Einkaufsprozess** des Kunden und verfolgt das Ziel, ein umfangreiches Kundenerlebnis während der Customer Journey zu bieten. Dabei wird der Content strategisch in den gesamten Einkaufsprozess eingegliedert. Das bedeutet, dass der Kunde zu jeder Zeit und an jedem digitalen Touchpoint auf die benötigten Inhalte zugreifen kann.

Das ist aufwändig: Denn der Kunde ist anspruchsvoll und erwartet personalisierte Produktinformationen über jeden Kanal. Durch eine Vernetzung der Systeme lassen sich Inhalte jedoch einfach, schnell und flexibel bereitstellen. Das bringt neben einem **Sales Uplift** von **bis zu 30 Prozent** auch eine **geringere Kaufabbruchquote** und viele **weitere Vorteile**.

Personalisierung

„Sehr geehrte Damen und Herren“ – von dieser Ansprache fühlt sich wohl kaum noch jemand abgeholt. Doch geht es bei der Personalisierung nicht nur um die Ansprache: **personalisierte Einkaufserlebnisse** und auf die **Zielgruppe zugeschnittene, individuelle Kampagnen** sind das, was die Käufer von heute erwarten.

Kundenkarten oder in der **Vergangenheit getätigte Käufe** geben z. B. gute Hinweise auf Interessen und das Kaufverhalten und lassen sich so für zukünftige Aktivitäten oder Vorschläge nutzen. Und das zahlt sich aus: **Etwa 80 Prozent der Verbraucher sind eher zu einem Kauf bereit, wenn das Unternehmen ein personalisiertes Einkaufserlebnis anbietet.**

Ein Ausblick: Wohin geht die Reise des E-Commerce?

Die vorangegangenen Trends werden auch in Zukunft weiterhin eine große Rolle spielen. Dazu kommen aber auch Neuerungen, die Experten der Branche voraussehen.

Hier ein kompakter Einblick in die Trends für die nahe Zukunft:

Kundenansprüche an die Logistik steigen

Der Einkauf endet nicht mit dem Absenden der Bestellung, sondern erst mit dem Erhalt der Ware. Sowohl die Kosten des Versands als auch die Versandzeit sind ein immer wichtigerer Aspekt für die Kunden. **Schnell und bestenfalls kostenlos** soll es sein. Mehr als die Hälfte der Empfänger entscheiden sich sogar nur dann für einen Kauf, wenn ein **Live-Tracking der Lieferung** mit angeboten wird.

Connect to Consumer (C2C)

Immer mehr Marken werden zukünftig auf eine **Connect to Consumer-Strategie (C2C)** setzen, um ihre Kunden überall dort zu erreichen, wo sie sich gerade aufhalten – ob in Sozialen Netzwerken oder im stationären Geschäft. So wird ein ganzheitliches Markenerlebnis geschaffen, das Interessenten nicht nur zu Käufern, sondern zu Fans der Marke macht.

Der C2C-Handel verfolgt das Ziel, die **Verbindung zwischen Marke und Kunden** entlang der Customer Journey zu stärken, und zwar genau dort, wo es für die Kunden am angenehmsten und einfachsten ist.

Zahlungsmethoden

Die noch vor ein paar Jahren vorzufindende Skepsis in Bezug auf die Bezahlung beim Onlinekauf hat sich deutlich relativiert. Die Angst vor Betrug oder mangelnder Sicherheit im Bezahlprozess ist zusehends zurückgegangen.

Paypal, Apple Pay und co. erfreuen sich bereits großer Beliebtheit, da sie den Kauf schnell und sicher durch **neueste Technologien** abwickeln. Ist das Angebot an unterschiedlichsten Zahlungsmethoden bereits breit aufgestellt, wird die Zukunft mit der Einführung **virtueller Währungen** noch mehr Optionen bereithalten.

FAZIT

Kaum ein Bereich ist aktuell so schnelllebig wie der E-Commerce. Gerade hier gehen neue Entwicklungen schnell von Statten, weshalb es für Händler umso wichtiger ist, **aktuelle Trends** zu beobachten, um für den Onlinehandel von morgen gerüstet zu sein.

Dabei sollte der **Mehrwert und die Nutzerfreundlichkeit für den Kunden** immer im Fokus stehen – denn am Ende des Tages sind es zufriedene Kunden, die den Erfolg für den Händler ausmachen.



BLEIBEN SIE AUF DEM LAUFENDEN

Wir halten Sie rundum die Themen ERP, E-Commerce, Handel, Erneuerbare Energien, digitale Geschäftsmodelle und -transformation sowie Allgeier inovar im Allgemeinen auf dem Laufenden!



NEWSLETTER



Abonnieren Sie unseren Newsletter, um immer als erstes über Neuigkeiten, spannende Insights, Success Stories, Veranstaltungen und Produktneuerungen informiert zu sein.

>> allgeier-inovar.de/newsletter

WEBINARE



Sie möchten sich über Produkte genauer informieren oder erste Einblicke in unsere Lösungen bekommen? Wir veröffentlichen regelmäßig neue Webinare, die Sie sich kostenlos ansehen können – live oder auf Abruf. Schauen Sie gerne mal rein oder geben uns Feedback, welche Themen Sie gerne sehen würden.

>> allgeier-inovar.de/webinar

EVENTS



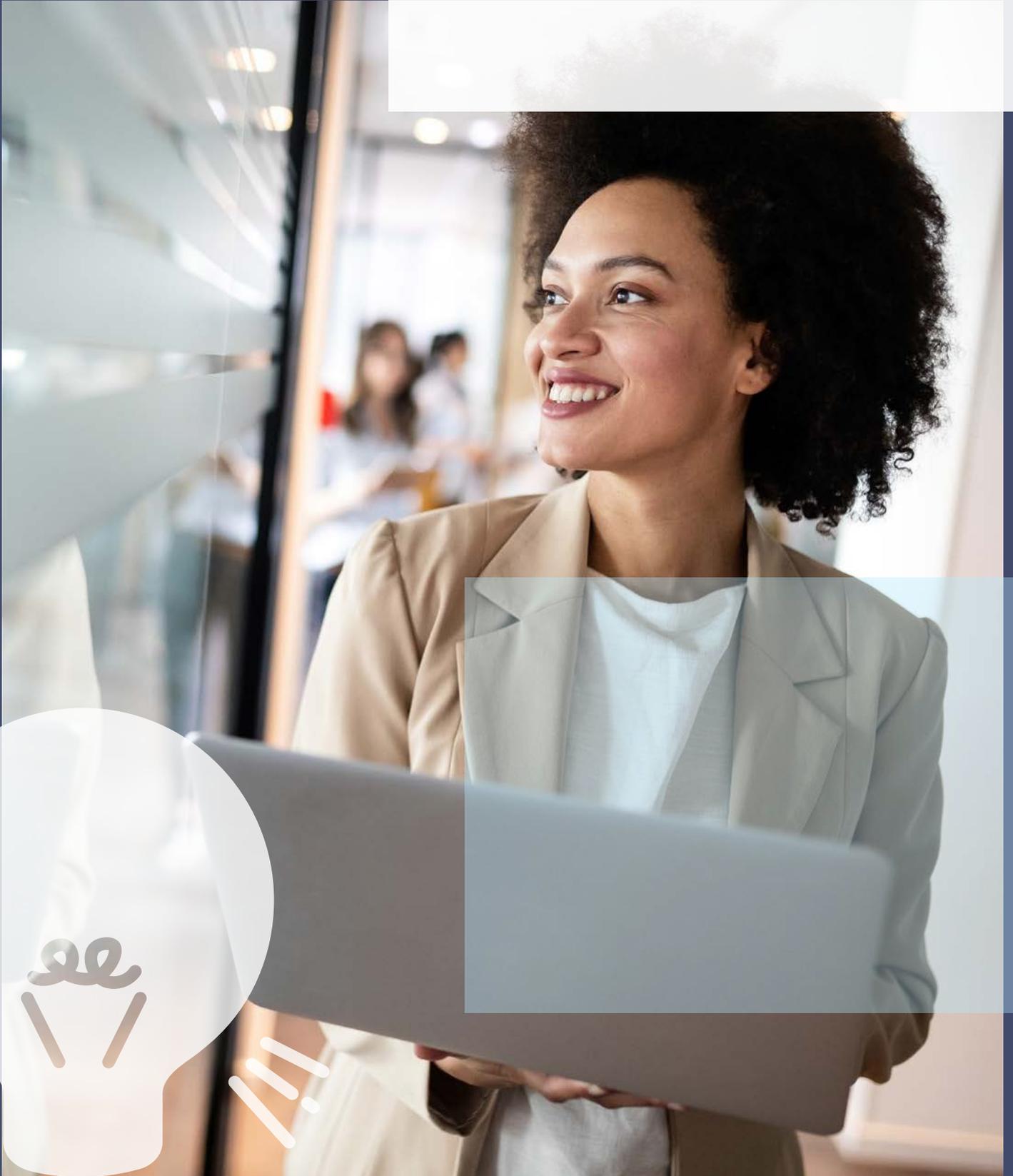
Messen, Events oder Anwendertreffen: Auf unserer Event-Seite finden Sie immer aktuelle Veranstaltungsdaten oder Live-Webinare – so können auch Sie rechtzeitig in Ihre Planung gehen.

>> allgeier-inovar.de/events

Für noch mehr Infos rundum Allgeier inovar oder branchenspezifische Themen folgen Sie uns auch gerne auf LinkedIn und Xing oder besuchen unseren Allgeier inovar Blog auf der Webseite – wir halten Sie immer up to date!



GLOSSAR





Händler müssen sich künftig digital stärker positionieren und eine langfristige und zielstrebige E-Commerce-Strategie implementieren. Da ist es gut, sich das wichtigste Fachwissen anzueignen und einen guten Überblick zu haben.

B2B E-Commerce

Business-to-Business-E-Commerce, ist der Online-Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen zwischen Unternehmen.

CMS (Content Management System)

CMS ist die Software, die speziell Unternehmen dabei hilft, die Inhalte einer Webseite zu verwalten. Das heißt, dass alles, was auf der Webseite zu sehen ist, über das CMS selbstständig ohne Programmierkenntnisse verwaltet werden kann. Dazu gehören: Bilder, Texte und Menüs. Aber auch Dinge, mit denen Website-Nutzer interagieren: Formulare, Buttons, Anmeldungen, Datenbank-Inhalte.

Dropshipping

Beim Dropshipping wird Ware verkauft, die nicht im eigenen Lager vorrätig ist. Dafür wird die Ware bei einem Händler oder Großhändler eingekauft und von dort direkt an den Kunden verschickt.

ECMS (Enterprise Content Management System)

Das E steht für Enterprise und somit gelten erweiterte Anforderungen an das CMS: typische Kriterien eines global oder überregional agierenden Unternehmens mit einer gewissen Mitarbeiteranzahl wie bspw. gute Skalierbarkeit, Mehrsprachigkeit, ein durchdachtes Rollenkonzept, die Erweiterbarkeit und Anbindbarkeit anderer Systeme und Tools.

E-Commerce

Als E-Commerce wird der digitale Handel, Internet- oder Online-Handel bezeichnet, der den Kauf und Verkauf von Waren über elektronische Verbindungen umfasst.

E-Commerce-Plattform

Eine E-Commerce-Plattform führt alle relevanten Funktionen für den Betrieb eines effektiven Online-Shops zusammen. Zusätzlich lassen sich Design und verschiedene Funktionserweiterungen wie z.B. Konfiguratoren, Wikis und die Händlersuche flexibel hinzufügen. Komfortabel für den Kunden, denn er switcht nicht mehr zwischen zwei URLs, Website und Shop, sondern kann Einkäufe bequem über eine URL tätigen. Gleichzeitig wird er nicht nur umfangreich zum Produkt informiert, sondern kann auch bestimmen, wohin die Ware geliefert werden soll.

E-Commerce vs. E-Business

E-Commerce ist der Kaufvorgang oder Verkaufsvorgang über das Internet.

E-Business ist dagegen die integrierte Ausführung aller digitalen Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnik.

Multichannel

Bei der Multichannel-Strategie werden verschiedene Vertriebskanäle parallel verwendet. Diese wiederum erfordern ihre eigenen Vertriebswege und -strategien.



Omnichannel

Im Gegensatz zu Multichannel interagieren die Vertriebskanäle bei der Omnichannel-Strategie. Der Kunde wird hier jederzeit über alle Kanäle und an allen Touchpoints der Customer Journey mit aktuellen Informationen zu seinen bevorzugten Produkten versorgt. Anywhere any device!

Retargeting

Als Retargeting wird im Online-Marketing ein Verfolgungsverfahren genannt, bei dem Besucher einer Webseite – üblicherweise ein Web-Shop – markiert und anschließend auf anderen Webseiten mit gezielter Werbung wieder angesprochen werden sollen.

Schnittstelle vs. Integration

Integration bedeutet, dass mehrere Software-Teile eine Gesamtlösung ergeben und dadurch miteinander integriert funktionieren. Im Unterscheid zum Übertragen von Informationen zwischen zwei Systemen über eine Schnittstelle teilen sich integrierte Systeme den gleichen Code und in der Regel auch die Datenbank.

SEA

Bei SEA (Search Engine Advertising oder Suchmaschinenwerbung) geht es um bezahlte Anzeigen auf den Suchergebnisseiten, die im oberen Bereich, also noch vor den organischen Ergebnissen und darunter angezeigt werden.



SEO

Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization oder kurz SEO) betrifft alle Maßnahmen, die auf der (und für die) Webseite unternommen werden, um diese in den organischen Suchmaschinenergebnissen bestmöglich zu positionieren.

Self-Services

Kunden haben die Möglichkeit, ihre Anliegen selbst, wo und wann sie wollen – unabhängig von Fachpersonal und Öffnungszeiten – zu erledigen.

Shop-System

Ein Shop-System ist das System, über das ein Online-Shop seine Produkte verkauft. Hier kann zwischen Eigenentwicklung und Standard-Shops unterschieden werden.

Stammdaten

Die Stammdaten bestehen aus den drei großen Eckpfeilern – Kunden, Lieferanten und Artikel. Bei den Kunden kommen Informationen wie Bankverbindungen (u.a. SEPA-Informationen), Lieferanschriften oder auch die Ansprechpartner zusammen. Lieferanten haben zusätzlich unterschiedliche Adressen für Auslieferungslager. Für die Artikelanlage kommen zusätzliche Informationen wie EAN, Preise, Warengruppen und Sonderpreise hinzu.



Supply-Chain-Integration

Verknüpfung des Einkaufs mit seinen Lieferanten auf strategischer, finanzieller sowie auf Prozessebene.

Vernetzung von E-Commerce und ERP

Durch die Vernetzung von E-Commerce und einem strukturierten ERP-System kann das gesamte Sortiment dargestellt und alle Stammdaten automatisiert eingespielt werden.

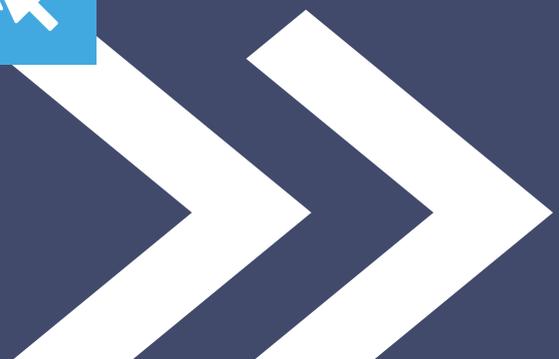
Vernetzung E-Commerce und ERP-App-Anwendungen

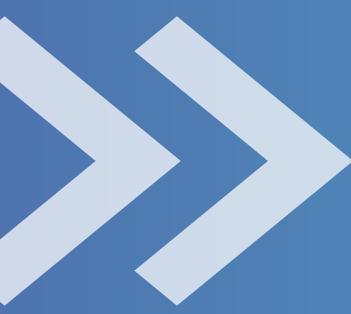
Die Anbindung von Apps für mobiles Arbeiten, E-Kommissionierung und Self-Services ermöglicht es, immer das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort liefern zu können.

Vernetzung Online-Shop und CMS

Es reicht oft nicht mehr aus, Produkte über eine Online-Plattform im Schaufenster-Format anzubieten. Erst ein modernes CMS liefert durch hochwertige und relevante Inhalte eine serviceorientierte Interaktion mit dem Kunden.

Hier finden Sie das E-Commerce-Glossar
zum Download





ALLGEIER INOVAR

LEVEL UP YOUR IT-BUSINESS!

Sie möchten mehr zum Thema E-Commerce für den Großhandel erfahren?
Vereinbaren Sie jetzt eine kostenlose Erstberatung!

Lassen Sie uns gerne unverbindlich über Ihre Projekte und Möglichkeiten mit unserer E-Commerce Lösung und den Anbindungsmöglichkeiten sprechen.
So erreichen Sie uns:

Senden Sie uns eine Nachricht über das Kontaktformular auf unserer Webseite: www.allgeier-inovar.de

Schicken Sie uns eine E-Mail an e-commerce@allgeier-inovar.de

Vereinbaren Sie direkt einen Termin über unseren Online-Terminkalender

Folgen Sie uns auf Social Media:



linkedin.com/company/allgeier-inovar



xing.com/pages/allgeierinovar

Allgeier Inovar GmbH
Hans-Bredow-Strasse 60, D-28307 Bremen

Mehr Informationen unter: www.allgeier-inovar.de
Telefonischer Kontakt: +49 421 43841 0
Kontakt per E-Mail: info@allgeier-inovar.de