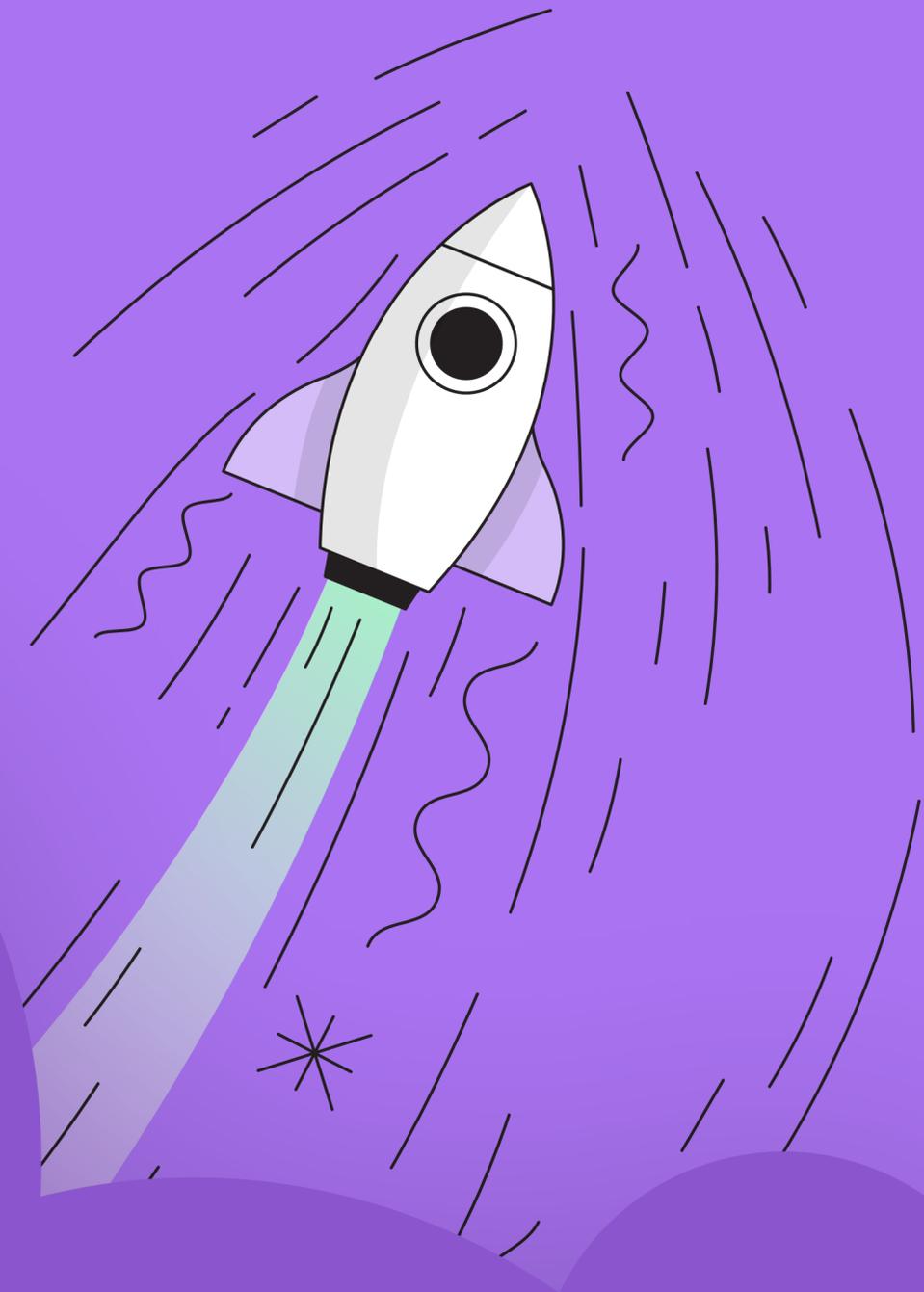


# Umsatz maximieren im B2B-eCommerce

6 On-Site-Strategien, die dein Wachstum  
beschleunigen



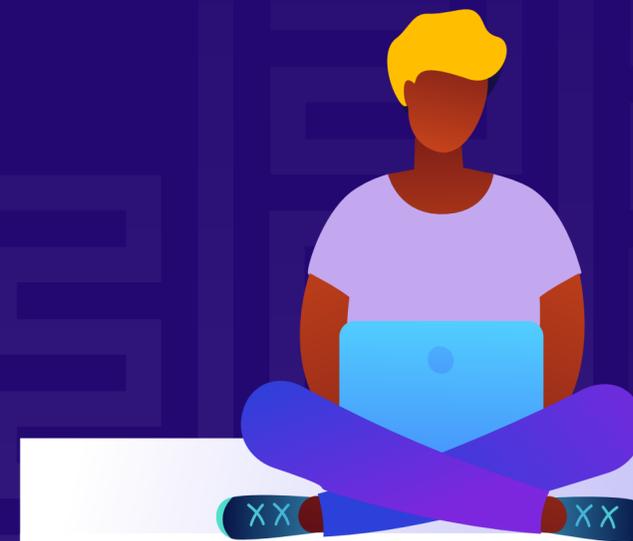
# Einführung

In der dynamischen Geschäftswelt von heute ist eCommerce für B2B-Unternehmen nicht einfach nur ein Luxus – es ist eine absolute Notwendigkeit.

Die COVID-19-Pandemie hat die Art und Weise drastisch verändert, wie B2B-Player im deutschsprachigen Raum und darüber hinaus agieren. Vor der Pandemie hatten verblüffende 60% der führenden B2B-Unternehmen keine oder nur begrenzte eCommerce-Angebote. Nur zwei Jahre später bieten laut McKinsey bereits über 65% der B2B-Unternehmen den Online-Verkauf an. Die digitale Welt wurde nicht nur zu einer weiteren Option – sie hat sich vielmehr zur unverzichtbaren Grundlage für B2B-Commerce entwickelt.

Doch wie es bei jeder schnellen Transformation der Fall ist, war auch diese nicht ohne Hindernisse. In diesem Leitfaden zeigen wir dir die top-6 On-Site-Strategien, die B2B-Vorreiter für sich nutzen, um ihre Herausforderungen zu meistern und Rekord-Umsätze im eCommerce zu erzielen.

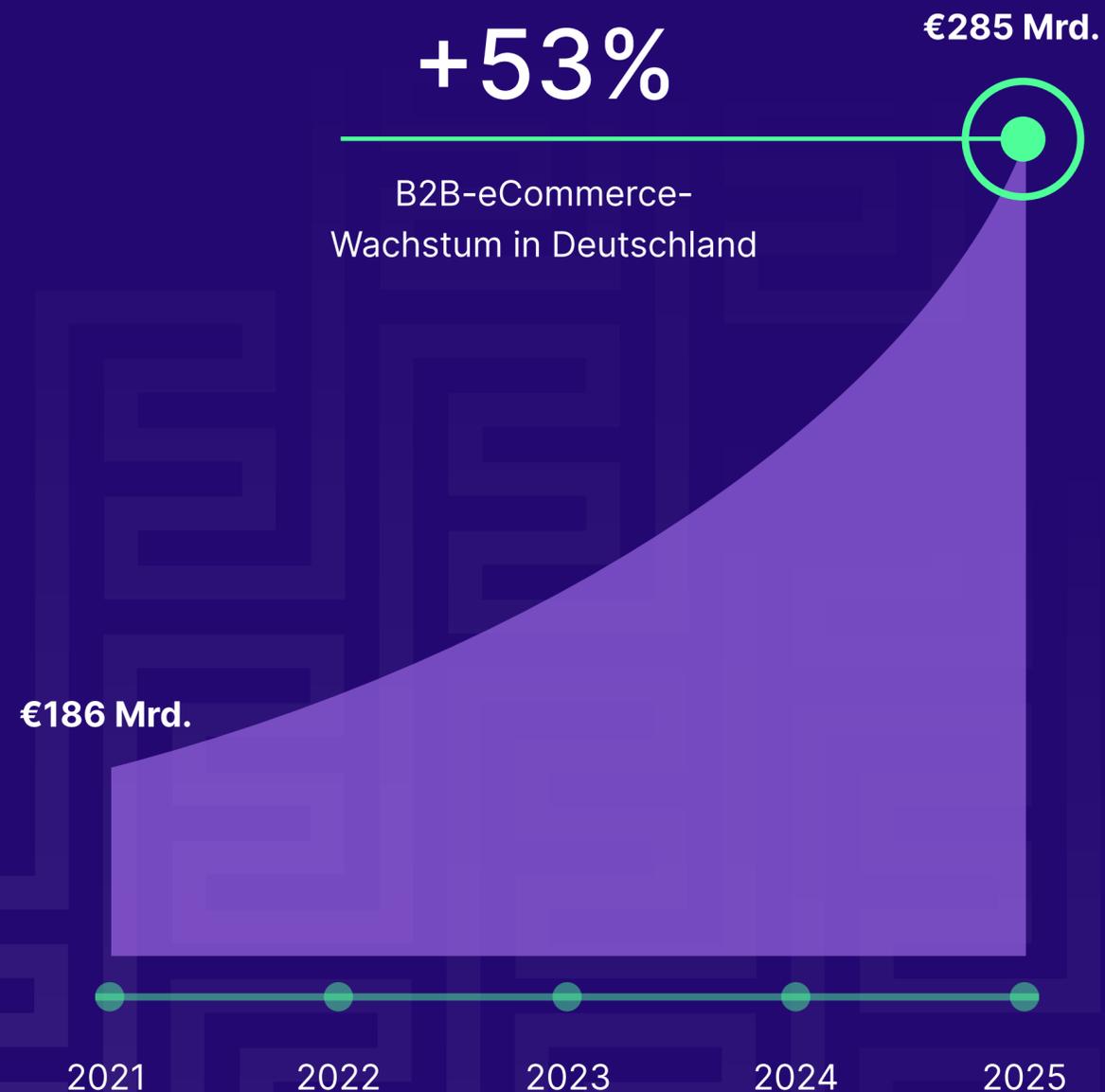
Mehr als 65% der B2B-Unternehmen haben seit Beginn der COVID-19-Pandemie den eCommerce erschlossen.



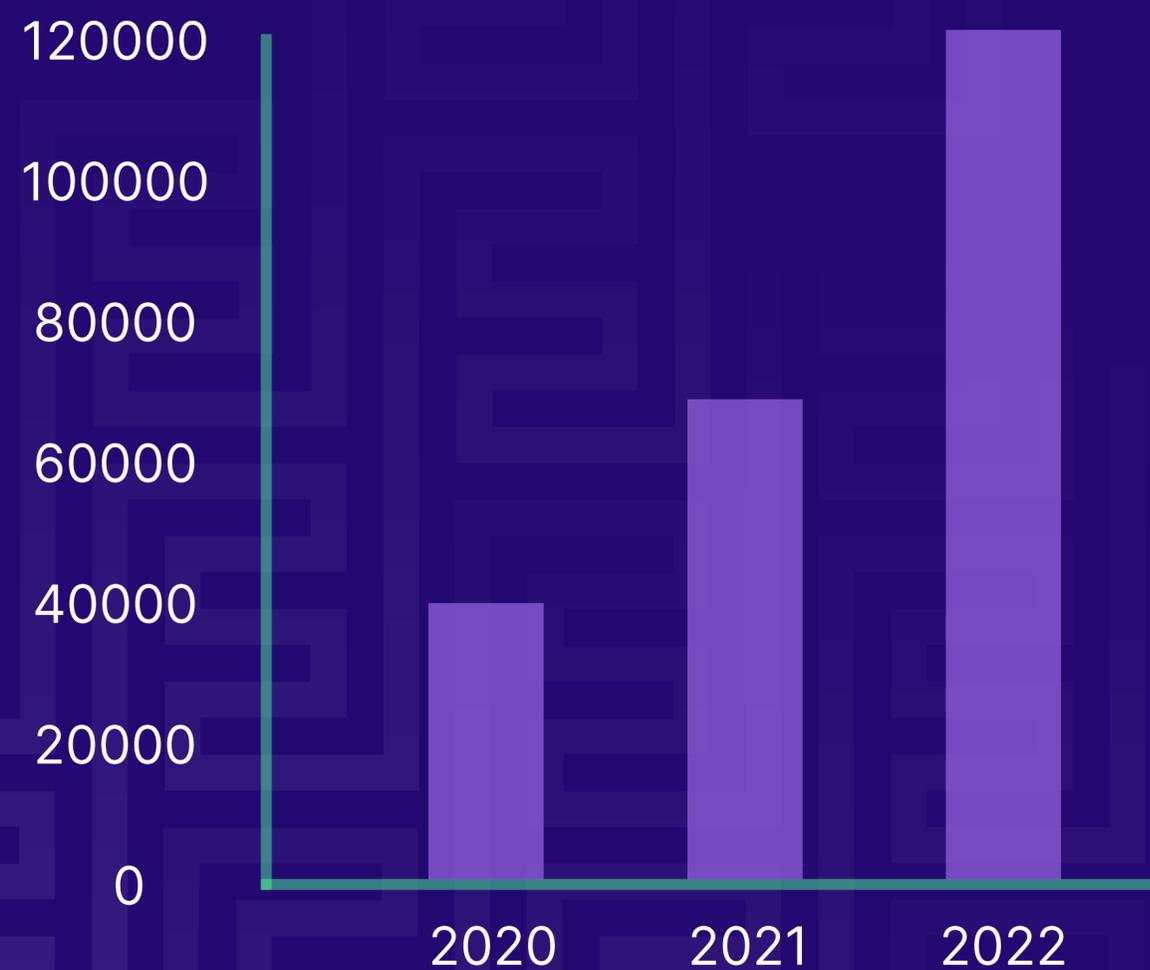
# B2B-eCommerce in Deutschland

Der eCommerce-Markt in Deutschland ist einer der am weitesten entwickelten in ganz Europa und hat laut Statista mehr als [60 Millionen aktive Nutzer](#). Die Etablierung des Online-Shoppings hatte großen Einfluss auf das Wachstum des landesweiten B2B-Commerce. Denn professionelle Einkäufer erwarten denselben Grad an Einkaufskomfort, den sie als Privatkunde gewohnt sind.

Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen wie der Krieg in der Ukraine, die Energiekrise und steigende Inflation wird erwartet, dass Deutschlands B2B-eCommerce bis 2025 [auf 285 Mrd. Euro wächst](#), was eine erstaunliche Steigerung von 53% bedeuten würde, verglichen mit dem Jahr 2021. Diese Widerstandsfähigkeit lässt sich auf die immensen Vorteile der Digitalisierung zurückführen – darunter Automatisierung, Skalierbarkeit, Kostensenkung, Produktivitätssteigerung und letztlich höhere Rentabilität.



## Anzahl Suchanfragen in deutschsprachigen B2B-Shops mit FactFinder-Integration



## Das digitale On-Site-Erlebnis

90% der B2B-Einkäufer würden zur Konkurrenz wechseln, falls sie mit dem Online-Einkaufserlebnis eines Lieferanten nicht zufrieden sind. Dies macht mehr als deutlich: Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es entscheidend, das digitale On-Site-Erlebnis zu optimieren. In diesem Leitfaden stellen wir die Strategien vor, mit denen du sicherstellst, dass dein Unternehmen gut gerüstet ist, um in diesem schnell expandierenden Markt zu wachsen.

Auch der Anstieg der Suchanfragen in B2B-Shops spiegelt die steigende Bedeutung digitaler Beschaffungswege wider. Unsere Messungen zeigen, dass die Anzahl der Suchanfragen in deutschsprachigen B2B-Shops um 215% also um mehr als das Dreifache stieg.

## Strategie 1

# Erstelle maßgeschneiderte Pricing-Strategien in großem Umfang!

Im Kern jeder B2B-Transaktion liegt eine individuelle Beziehung, die auf Vertrauen aufbaut. Traditionell arbeiten B2B-Unternehmen mit maßgeschneiderten Angeboten oder Rabatten, um Kundenbeziehungen zu pflegen. Diese individuellen Konditionen müssen auch in der digitalen Welt abgebildet werden.

Aktuelle Fortschritte in der Product-Discovery-Technologie ermöglichen es, individualisierte Preise und Marketing-Aktionen nahtlos in Online-Shops anzuzeigen – dynamisch und skalierbar. Dadurch bietest du deinen Kunden den Grad an Relevanz und Transparenz, den sie sich wünschen aufgrund ihrer Erfahrungen aus dem B2C-Shopping. Gleichzeitig sparst du deinen eCommerce-Teams Zeit und Ressourcen, die ansonsten in manuelle Updates des Sortiments und komplexe Preiskonfigurationen fließen würden.

**Office  
DEPOT**



**+12%**

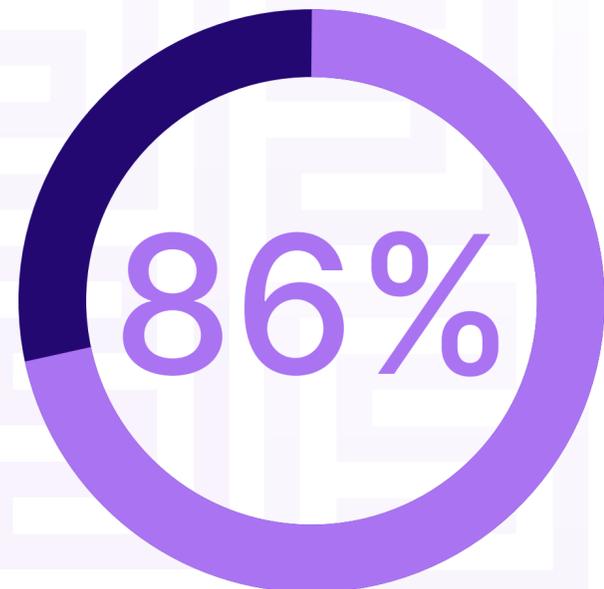
**Umsatz-Steigerung im eCommerce mit Product-Discovery-Technologie, darin enthalten ein Customer-Specific Pricing Feature.**

[HIER MEHR ERFAHREN](#)

## Strategie 2

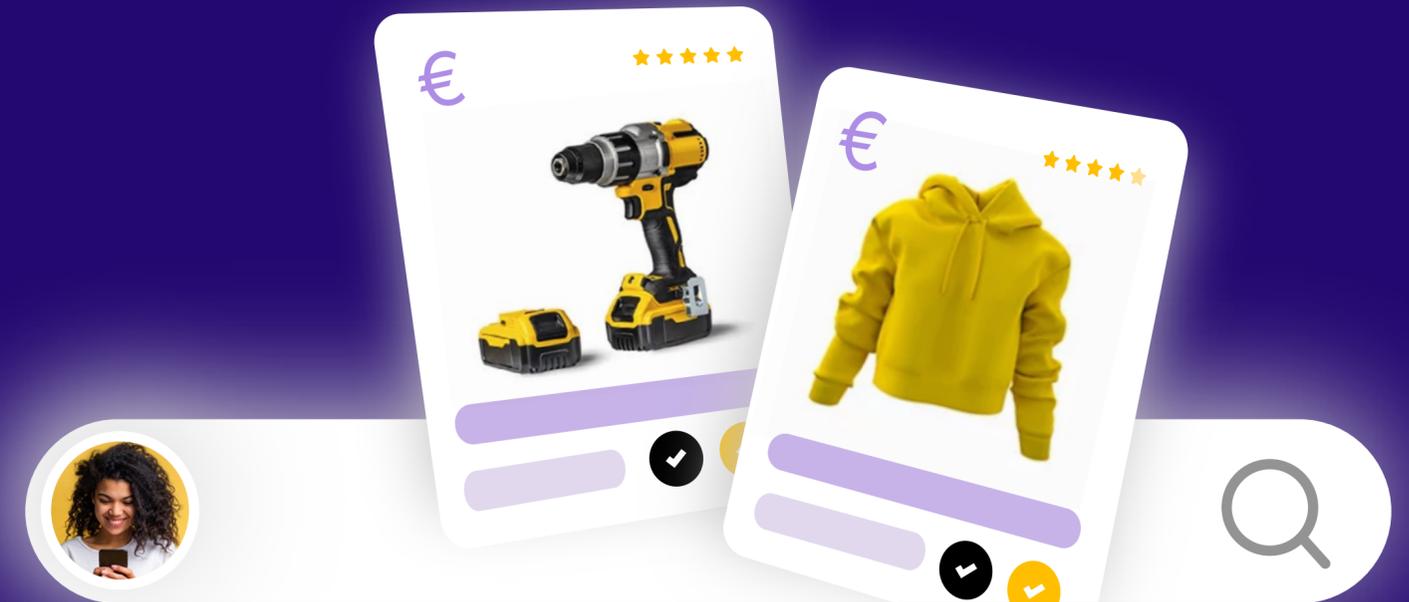
# Schaffe B2C-ähnliche Erlebnisse!

Die Welt ist schnelllebig und professionelle Einkäufer wünschen sich denselben Einkaufskomfort, den sie als Privatkunden gewohnt sind. Daher müssen B2B-Unternehmens sicherstellen, dass ihr Einkaufsprozess möglichst ähnlich zur B2C-Customer-Journey ist – schnell, personalisiert und ohne Hürden. Durch die Integration leistungsstarker Product-Discovery-Features, die bereits in den erfolgreichsten B2C-Shops im Einsatz sind, kannst du ein nahtloses On-Site-Shoperlebnis schaffen, das Einkäufern dabei hilft, schnell und einfach das zu finden und zu kaufen, was sie suchen – und dir einen nachhaltigen Vorsprung im Wettbewerb gibt.



**Der B2B-Einkäufer erwartet bei seinen beruflichen Beschaffungen die gleiche Customer Experience wie bei privaten Einkäufen.**

*IFH Köln*



### Schlüssel-Features, die großen Einfluss auf deinen Umsatz haben:

- ✓ **Fehlertolerante Suche**, die Einkäufern ermöglicht, jede Art von Suchanfrage einzugeben.
- ✓ **Intelligente**, vorausschauende Suche, die automatisch alles vorschlägt, was ein Einkäufer sucht. Damit Shop-Besucher mit weniger Klicks zum richtigen Produkt geführt werden.
- ✓ **AI-basierte Recommendations**, die sich in Echtzeit anpassen, um ergänzende oder alternative Produkte zu zeigen. Für höheren Einkaufskomfort und Average Order Value.

## Strategie 3

# Nutze Geo, um die Lücke zwischen Online- und Offline-Welten zu schließen!

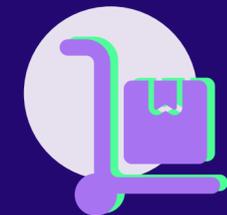
Die Nachfrage nach lokalen Marktdaten ist kontinuierlich gestiegen – sie reicht von der Ermittlung der Produkte in nächster Nähe und lokalen Verfügbarkeiten bis hin zur Auswahl der Versandoptionen und Lieferzeiten. Indem du B2B-Einkäufern lokale Informationen bietest, verbesserst du ihr Omnichannel-Einkaufserlebnis, was zu höherer Kundenzufriedenheit und stärkeren Geschäftsbeziehungen führt.

**Geo kann auf verschiedenste Weise genutzt werden, um Einkäufern zu helfen, das Richtige zu finden:**



### Distanzbasiertes Ranking

Passe den Score deiner Produkte auf Basis der Nähe zum Kunden an.



### Versand

Mache dynamische Lieferkosten und -zeiten vollständig transparent.



### Lokale Preise

Zeige regionale Preise oder Sonderaktionen in großem Umfang.



### Gezieltes Merchandising

Zeige Standort-basierten Marketing-Content wie z.B. Verkaufsveranstaltungen oder saisonale Werbeaktionen.

## Strategie 4

# Verschlanke komplexe Einkäufe durch digitale Kundenführung!

Manche Einkäufer haben eine klare Vorstellung davon, welches Produkt sie brauchen und suchen häufig direkt nach der SKU. Doch viele andere empfinden den B2B-Einkauf als komplexe Herausforderung.

Häufig sind sich Einkäufer unsicher, welche Produktausführung die richtige für sie ist oder auf welche Spezifikationen sie achten müssen. Guided Selling bietet hier eine Zeit- und kostensparende Lösung, da Einkäufer unterstützt werden, ohne dass sie Kontakt zum Call-Center oder Vertriebsansprechpartner aufnehmen müssen.

Bei Guided Selling handelt es sich um eine Online-Beraterfunktion, die relevante Produkte durch die Interaktion mit dem Shop-Besucher ermittelt. Einkäufer werden anhand gezielter Fragen geführt, bis die Produktauswahl so weit eingegrenzt ist, dass sie exakt den individuellen Anforderungen entspricht. Ähnlich wie ein freundlicher Verkaufsberater vereinfacht Guided Selling den Kaufprozess. Dadurch steigen Kundenzufriedenheit und -bindung, während die Retourenquote sinkt.



Mit Guided Selling bietest du Shop-Besuchern fundierte Beratung ähnlich wie im stationären Laden. Interaktiv, hilfreich, intuitiv – aber vollständig digital.

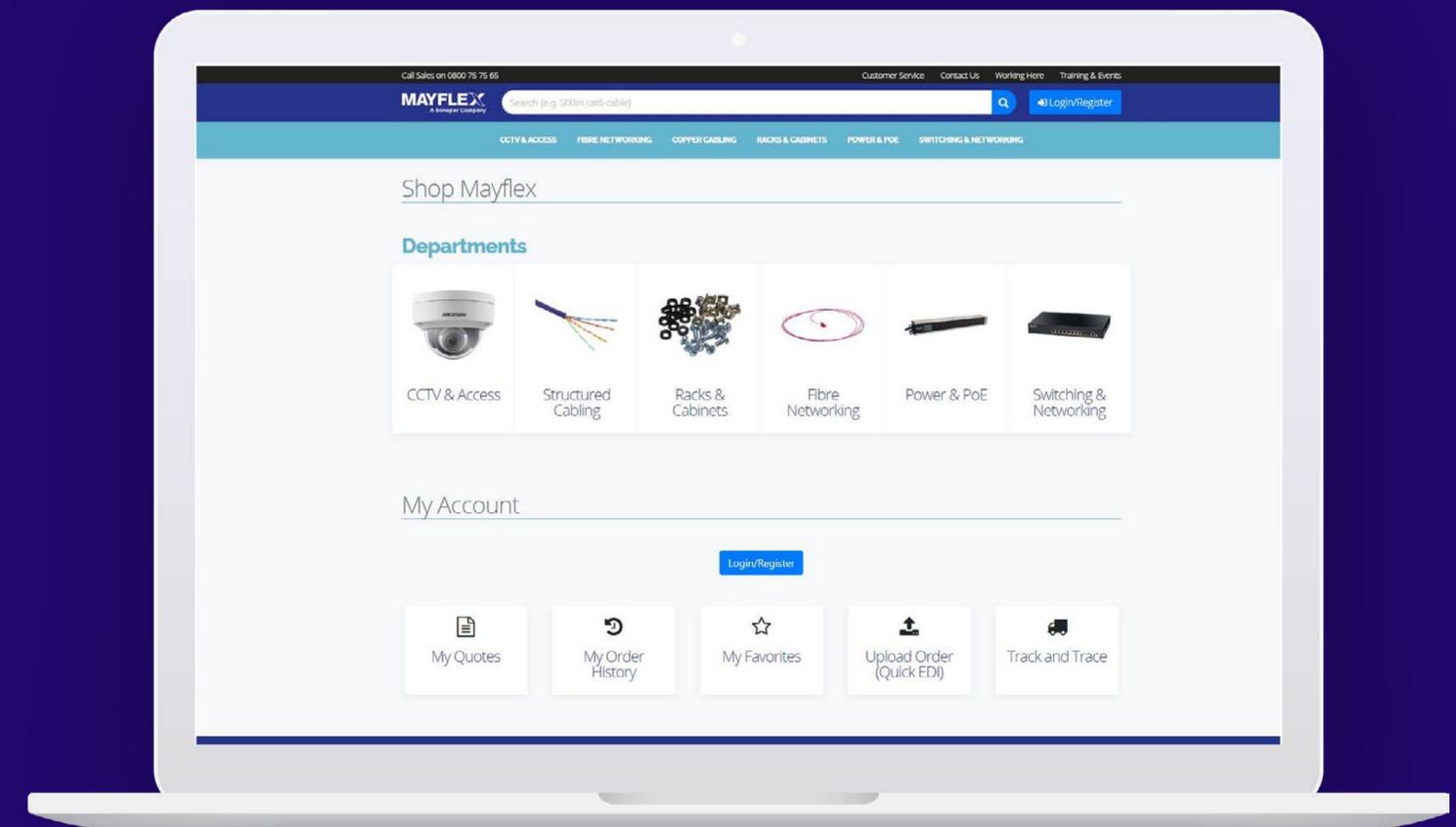
## Strategie 5

# Nutze AI, um das On-Site-Erlebnis zu optimieren!

Die explosive Verbreitung und Etablierung von AI hat sich enorm auf den B2B-eCommerce ausgewirkt. Viele Anbieter behaupten zwar, mit AI zu arbeiten, doch letztendlich kommt es darauf an, haltlose AI-Versprechen herauszufiltern und Technologien zu finden, die wirklich einen Mehrwert stiften – sowohl für dein eCommerce-Team als auch deine Kunden.

Der Einsatz von AI in der Product Discovery schafft On-Site-Käufererlebnisse, die Einkäufer überzeugen und den Umsatz steigern. Mayflex, ein führendes B2B-Unternehmen im Bereich Infrastruktur und Sicherheitslösungen, steigerte den Online-Umsatz um 30% mit Hilfe AI-gestützter Suche und Recommendations – und das bei mehr als 10.000 Produkten und 30 Marken. Dank Auswertungen zur Nutzerabsicht, gepaart mit der Kaufhistorie und Informationen zum allgemeinen Kundenverhalten, war das Unternehmen in der Lage, personalisierte Einkaufserlebnisse zu bieten, die zu einer höheren Conversion-Rate und einer intuitiveren Customer Journey führten.

**MAYFLEX**  
A Sonepar Company



# +30%

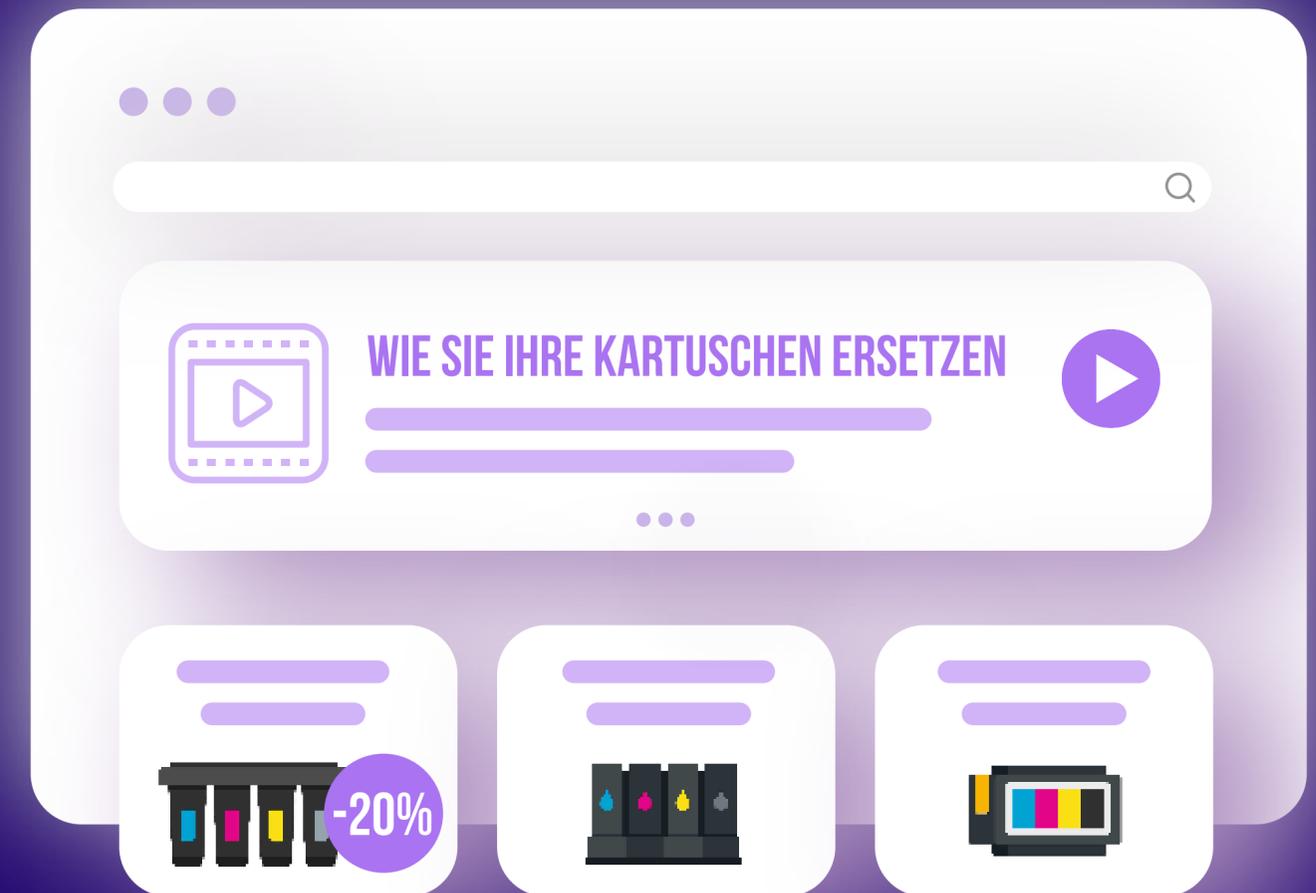
**höherer Online-Umsatz durch AI-gestützte Suche und Recommendations**

HIER MEHR ERFAHREN

# Werde kreativ mit Merchandising!

Im wettbewerbsintensiven Umfeld des B2B-eCommerce ist es entscheidend, kreative Methoden zu finden, um Produkte hervorzuheben und Kunden zur Conversion zu bringen. Tools für visuelles Merchandising können B2B-Teams dabei helfen, schnell auf dynamische Marktanforderungen und Nachfrage-Trends zu reagieren.

Die effektivsten Merchandising-Lösungen ermöglichen auch Anwendern ohne technisches Wissen, überzeugende Landingpages zu erstellen und sie mit relevantem Content anzureichern. Dadurch können Unternehmen wichtige Produkte und Kategorien promoten – basierend auf Kriterien wie Lagerbestand und Margen – und so ihre Verkaufsziele erfüllen.



Auch in B2B-Shops ist visuelles Merchandising einer der wirksamsten Verkaufshebel. Anwender können auch ohne technisches Wissen mühelos überzeugende Landing Pages, Markenbanner, Werbeaktionen und Informationsseiten realisieren.

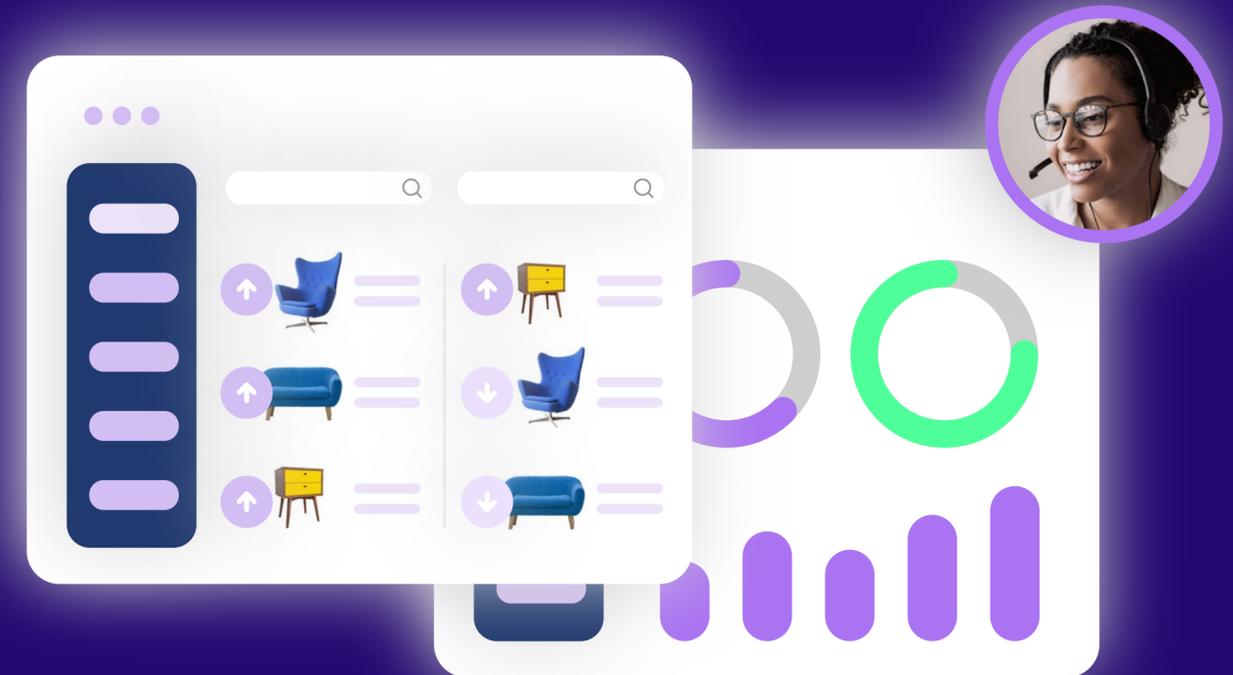
## Fazit

# Je besser das Einkaufserlebnis, desto höher dein B2B-Umsatz.

Der B2B-eCommerce in Deutschland ist ein wachsender und florierender Markt. Laut einer Prognose von Gartner werden im Jahr 2025 80% der B2B-Verkaufstransaktionen zwischen Einkäufern und Lieferanten über digitale Kanäle abgewickelt. Um nachhaltig relevant zu bleiben, ist es daher unerlässlich, ein bestmögliches digitales Einkaufserlebnis zu bieten.

Obwohl [83% der B2B-Unternehmen](#) beabsichtigen, ihre Investitionen in eCommerce-Technologien zukünftig zu vergrößern, kann die Auswahl der richtigen Lösungen und Vorgehensweisen eine gewaltige Aufgabe sein.

Wir helfen dir dabei, diese Herausforderungen zu meistern. FactFinder ist der europäische Marktführer im Bereich eCommerce Product Discovery und Suche. Mit mehr als zwei Jahrzehnten an Erfahrung unterstützen wir täglich Millionen von B2C- und B2B-Shoppern dabei, das Richtige zu finden – schnell und personalisiert. Gerne unterstützen wir dich, die Weichen für eine nachhaltige und profitable eCommerce-Zukunft zu stellen und deine Geschäftsbeziehungen digital auszubauen.



Falls du mehr über die Strategien in diesem Leitfaden erfahren möchtest, erreichst du unsere eCommerce-Experten unter [info@fact-finder.com](mailto:info@fact-finder.com)



Bereit, FactFinder in Aktion zu sehen?

DEMO VEREINBAREN

Oder schreib uns an [info@fact-finder.com](mailto:info@fact-finder.com)