

creativestyle



B2B E-COMMERCE

MIT ADOBE COMMERCE

FEATURES UND VORTEILE FÜR B2B-HÄNDLER

B2B E-COMMERCE MIT ADOBE COMMERCE

FEATURES UND VORTEILE FÜR B2B-HÄNDLER

INHALTSVERZEICHNIS:

WESHALB DIE WAHL DES RICHTIGEN SHOPSYSTEMS WICHTIG IST	3
DIE TOOLS IN ADOBE COMMERCE FÜR B2B HÄNDLER IM ÜBERBLICK	5
Kundenspezifisches Pricing	5
Kundenspezifischer Produktkatalog	6
Corporate Accounts mit unterschiedlichen Benutzerrechten	7
Marketing- und Merchandising-Tools	8
Unbegrenzte Stores und Länderversionen	9
FAZIT & KONTAKT	10

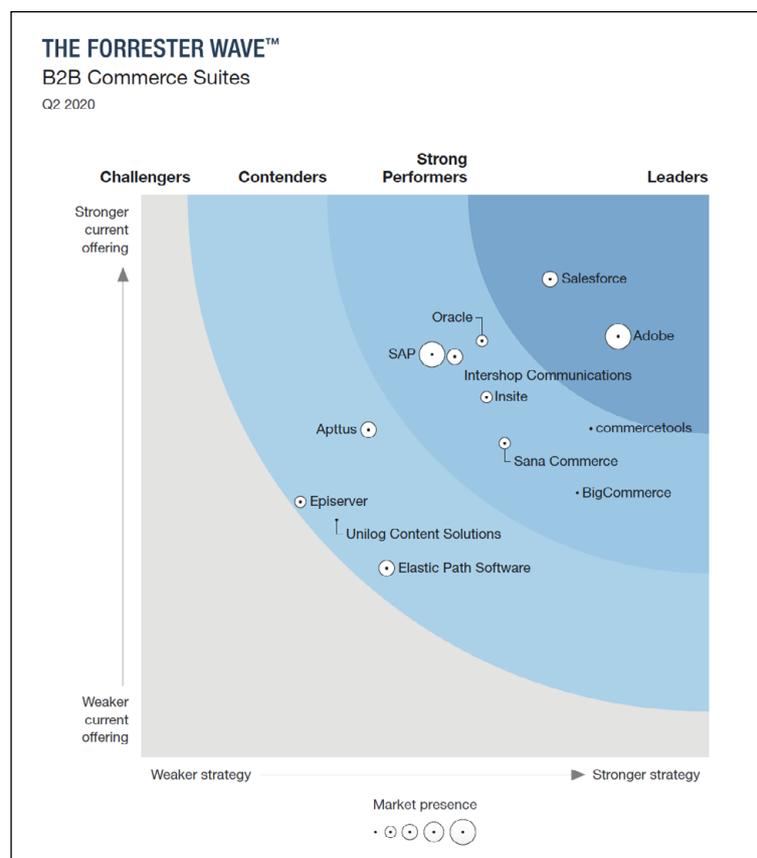
WESHALB DIE WAHL DES RICHTIGEN SHOPSYSTEMS WICHTIG IST

Bei der Erstellung und Betreuung eines Onlineshops spielt die Wahl der richtigen Shop-Plattform eine essentielle Rolle. Wichtig ist dabei nicht nur, dass das gewählte System möglichst viele aktuelle Anforderungen abdeckt, sondern auch gewünschte zukünftige Entwicklungen und Features mitberücksichtigt. Als Agentur setzen wir in E-Commerce-Projekten auf Adobe & Magento, die weltweit führende Shop-Plattform.

BESONDERE ANFORDERUNGEN FÜR B2B SHOPS

Für B2B-Händler gelten zudem Anforderungen, die sich im B2C-Bereich kaum wiederfinden. Hier erfordert das Geschäftsmodell häufig sehr viel speziellere Anforderungen, die es zu erfüllen gilt. Deshalb bietet Adobe zwei verschiedene Shop-Plattformen an - **Adobe Commerce** (ehem. Magento Commerce) und **Magento Open Source**. Adobe Commerce ist eine lizenzierte Plattform mit einem sehr großen nativen Funktionsumfang, während es sich bei der Open-Source-Variante um eine kostenlose Alternative unter Open-Software-Lizenz handelt, die in erster Linie die grundlegenden Bedürfnisse eines E-Commerce-Shops erfüllt.

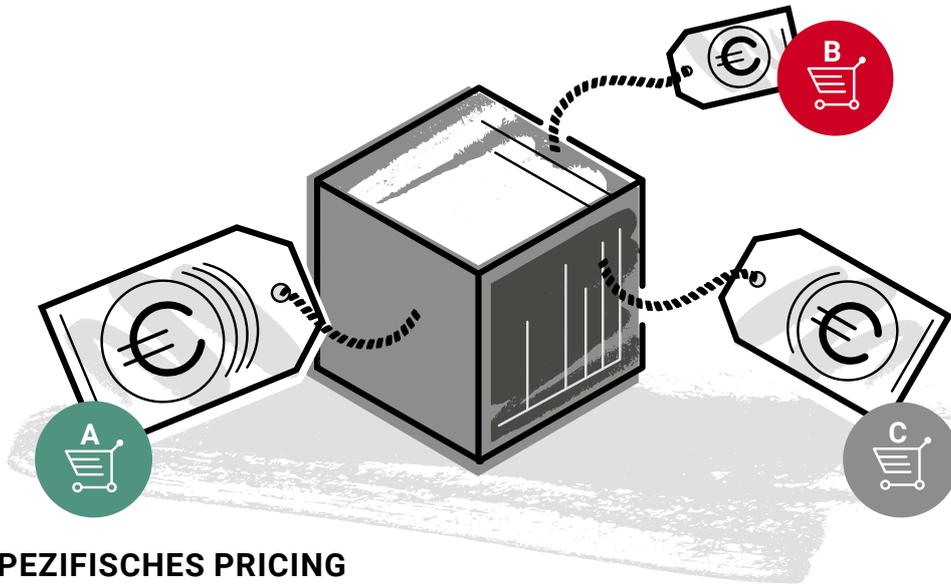
Zwar können mit beiden Varianten erfolgreiche Shops aufgebaut werden, Adobe Commerce bietet für **B2B-Händler jedoch eine Reihe von Vorteilen** gegenüber der Open-Source-Version. Der entscheidende Faktor für die Wahl der richtigen Commerce-Plattform ist die **Total Cost of Ownership**. Features, die noch nicht im nativen Funktionsumfang enthalten sind, müssen gegebenenfalls durch Custom-Entwicklungen nachträglich hinzugefügt werden. Das erhöht einerseits den initialen Entwicklungsaufwand, wirkt sich jedoch besonders auf die künftige **Stabilität des Shops** aus. Bei künftigen Updates besteht die Gefahr, dass die Kompatibilität der Custom-Entwicklung mit der neuen Version des Shops nicht mehr gegeben ist. So erhöht sich automatisch die Fehleranfälligkeit und der damit **verbundene Wartungsaufwand** des Onlineshops. Deshalb raten wir Händlern dazu, möglichst viele Features aus dem nativen Funktionsumfang des Shop-Systems abzudecken. Gerade hier ist Adobe Commerce klar im Vorteil, da die Version die **wichtigsten Tools für B2B-Shops** bereits nativ beinhaltet. Um dich bei der Auswahl der richtigen Plattform zu unterstützen, haben wir die wichtigsten Funktionen von Adobe Commerce in diesem Whitepaper zusammengefasst.



Das Marktforschungsinstitut Forrester führt Adobe Commerce seit Jahren als führende Plattform für B2B E-Commerce

EINE PLATTFORM, UNBEGRENZTE MÖGLICHKEITEN

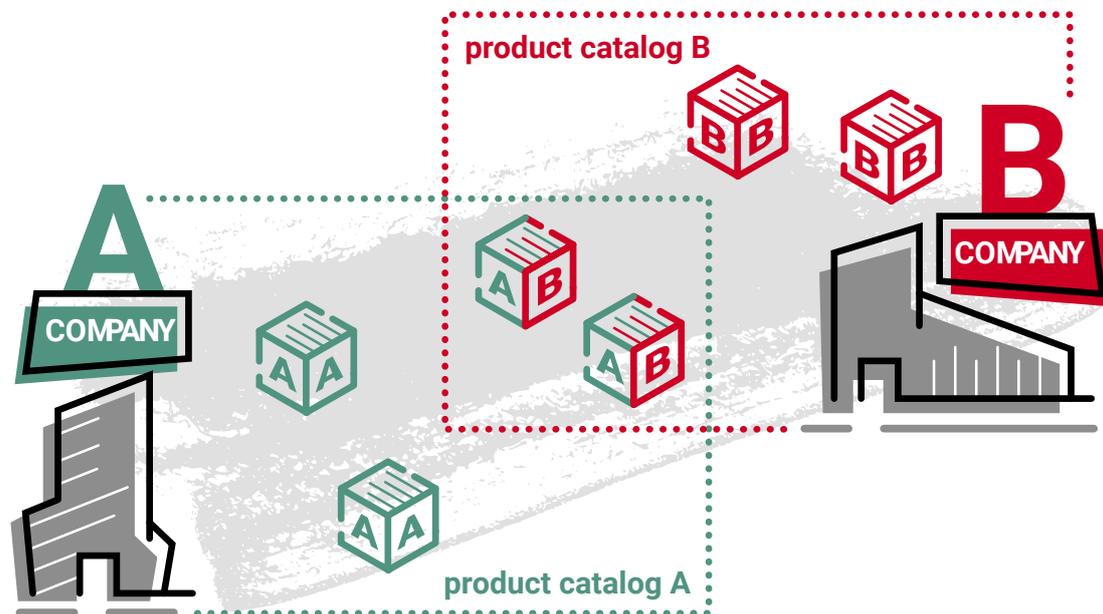
DIE TOOLS IN ADOBE COMMERCE FÜR B2B HÄNDLER IM ÜBERBLICK



KUNDENSPEZIFISCHES PRICING

Im B2B-Handel sind Preise oft Verhandlungssache – gerade bei großen Abnahmemengen. Diesen Grundsatz müssen die meisten B2B-Händler nicht nur im persönlichen Kundenkontakt berücksichtigen, sondern auch im digitalen Vertrieb. Der Onlineshop sollte deshalb die Möglichkeit bieten, Preisregeln für einzelne Kundensegmente variabel zu hinterlegen oder an definierte Bedingungen zu knüpfen, beispielsweise eine Abnahmemenge pro Produkt oder einen bestimmten Schwellenwert beim gesamten Warenkorb.

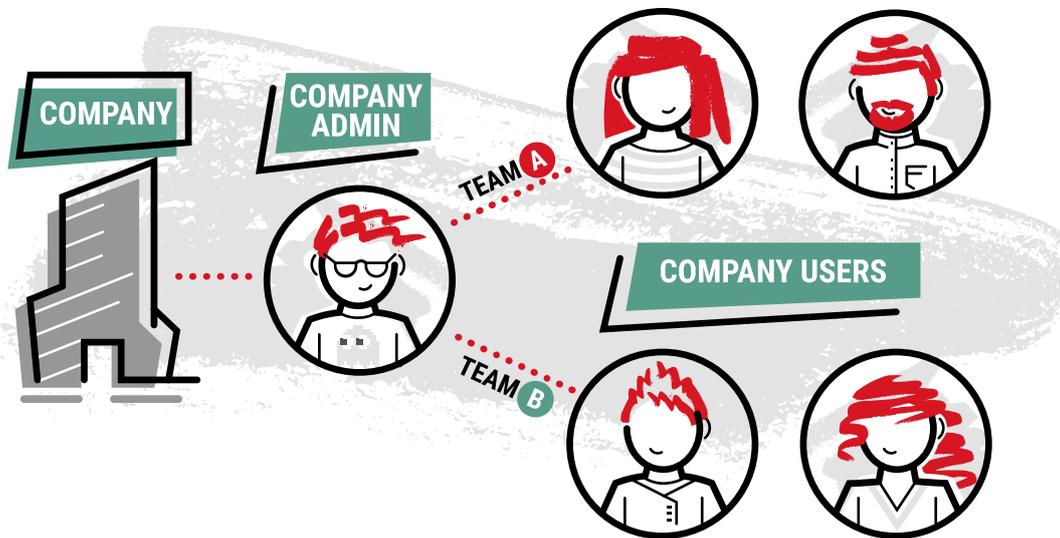
Dazu kommt die Anforderung, Preise für größere Bestellungen nachzuverhandeln. Im E-Commerce spricht man hier von Order & Quote Management. Das bedeutet, dass ein Warenkorb vor der Auslösung der Bestellung preislich nachverhandelt werden kann. So kann ein B2B-Kunde ein Angebot beim Händler zu seinem aktuellen Warenkorb anfragen, um verbesserte Konditionen aufgrund seiner Bestellmenge oder seiner guten Beziehung zum Händler anzufragen. Der Händler hat nun die Möglichkeit, dem Kunden einen Nachlass auf seinen Warenkorb zu gewähren, welchen der Kunde akzeptieren und so die Bestellung auslösen kann. Dieses Feature ist unerlässlich, um vertriebliche Prozesse im B2B-Kontext vom persönlichen Kundenkontakt nahtlos in den digitalen Verkauf zu übertragen.



KUNDENSPEZIFISCHER PRODUKTKATALOG

Auch angezeigte Produkte können auf den Kunden individuell angepasst werden. Denn im B2B müssen bestimmte Produkte oft nur für einzelne Kundensegmente oder sogar nur für einzelne Kunden sichtbar sein. Dazu ist es notwendig, im Admin-Bereich des Shopsystems Kunden zu Segmenten zuzuordnen und für diese Segmente dedizierte Produktkataloge zu erstellen.

Viele E-Commerce-Systeme beinhalten dieses Feature jedoch nicht im nativen Funktionsumfang. Eine individuelle Entwicklung würde aber einen hohen Programmier- und Wartungsaufwand ergeben. Adobe Commerce bietet diese Funktionen nativ an und ermöglicht eine effiziente Umsetzung, die sich auch deshalb besonders für B2B Kunden eignet.



CORPORATE ACCOUNTS MIT UNTERSCHIEDLICHEN BENUTZERRECHTEN

Einer der größten Unterschiede zwischen dem B2C- und B2B-Handel sind die Organisations- und Account-Strukturen. Um diese Strukturen im Online-Handel abzubilden, müssen einzelnen Abteilungen oder Mitarbeiter eines Kunden unterschiedliche Rechte im Umgang mit dem Onlineshop zugeteilt werden können. So können beispielsweise bestimmte Mitarbeiter keine Bestellungen auslösen, ohne dass diese durch einen anderen User freigegeben werden. Ebenso können Budget-Limits für bestimmte User festgelegt werden, um die komplexen Anforderungen an Kaufprozesse im B2B ohne Abstriche abzubilden.

Die Zuweisung unterschiedlicher Berechtigungsebenen für verschiedene User im Back- und Front-End ist für B2B-Shops daher unerlässlich, resultiert aber häufig in vielen verschiedenen Sonderfällen, die selten alle in einem einzelnen Tool abgebildet werden können. Je weniger Anpassungen nachträglich innerhalb eines Shopsystems notwendig sind, desto effizienter und nachhaltiger lässt sich die Lösung implementieren und die dauerhafte Kompatibilität sicherstellen. In Adobe Commerce ist diese Verwaltung durch die einfache Konfiguration von Benutzertypen ohne großen Aufwand umsetzbar.



MARKETING- UND MERCHANDISING-TOOLS

Die Möglichkeiten zur Absatzsteigerung im Online Shop sind in Adobe Commerce deutlich umfangreicher als in der kostenfreien Magento Open Source Version. Zu den wichtigsten Funktionen gehört hier eine umfangreiche Product Recommendation Engine zur Konfiguration individueller Produktempfehlungen. Aktuell arbeitet Adobe in diesem Kontext auch an der künstlichen Intelligenz Adobe Sensei, um Produktempfehlungen durch künstliche Intelligenz stärker an das individuelle Nutzerverhalten anzupassen und somit die Relevanz von Empfehlungen zu steigern.

Darüber hinaus bietet Adobe Commerce weitere spannende Features zur Absatzsteigerung und Kundenbindung. Dazu gehört beispielsweise ein Treuepunkte-System ("Reward Points"), um Anreize für Wiederkäufe zu schaffen.



UNBEGRENZTE STORES UND LÄNDERVERSIONEN

Händler können mit Adobe Commerce auf einer Installation beliebig viele Stores, Sprachversionen oder eigenständige Marken-Shops umsetzen und so flexibel ihre Vertriebskanäle und Geschäftsmodelle umsetzen. Dieser Ansatz vereinfacht die Architektur der verschiedenen Shops und reduziert die Kosten für Hosting und Wartung. Die Möglichkeiten für eigenständiges Design oder Features innerhalb der verschiedenen Storeviews ist dabei nahezu unbegrenzt. Desweiteren können je Store auch unterschiedliche Drittsysteme wie ERP oder CRM angebunden werden, um den Anforderungen der verschiedenen Ländergesellschaften Rechnung zu tragen.

Ebenso kann festgelegt werden, dass einzelne Nutzer nur auf ihnen zugewiesene Stores Zugriff haben. So können internationale Teams auf einer zentral gewarteten Instanz arbeiten, haben dabei aber nur Zugang zu den für sie vorgesehenen Bereichen.

FAZIT

Die beschriebenen Features & Funktionen machen deutlich, wie wichtig vor allem für B2B-Shops die Wahl der richtigen Shop-Plattform ist. Die Kosten für eine E-Commerce-Plattform werden nicht nur die Initial-, sondern vor allem durch die Folgekosten bestimmt. Adobe Commerce verfügt bereits nativ über alle oben genannten Funktionen, dazu kommen viele weitere Funktionen, sowohl für B2C als auch B2B. Durch diesen hohen Funktionsumfang "Out of the Box" wird der Integrationsaufwand minimiert und Händler profitieren zudem von der laufenden Weiterentwicklung der Funktionen, ohne Abstriche bei der Stabilität und Fehleranfälligkeit ihres B2B-Shops machen zu müssen.

Als erfahrene Adobe & Magento Agentur beraten wir dich gerne umfassend, wie du deinen B2B-Shop mit Adobe Commerce erfolgreich an den Start bringst.

DEIN ANSPRECHPARTNER:



BENEDIKT MERL
Marketing Consultant

089 / 54 80 76 04
b.merl@creativestyle.de

CREATIVESTYLE GMBH
Erika-Mann-Straße 53
80636 München
+49 (0)89 / 54 80 76 04
www.creativestyle.de