
B2B Ecommerce - Überblick

Saaris

23. Juni 2022

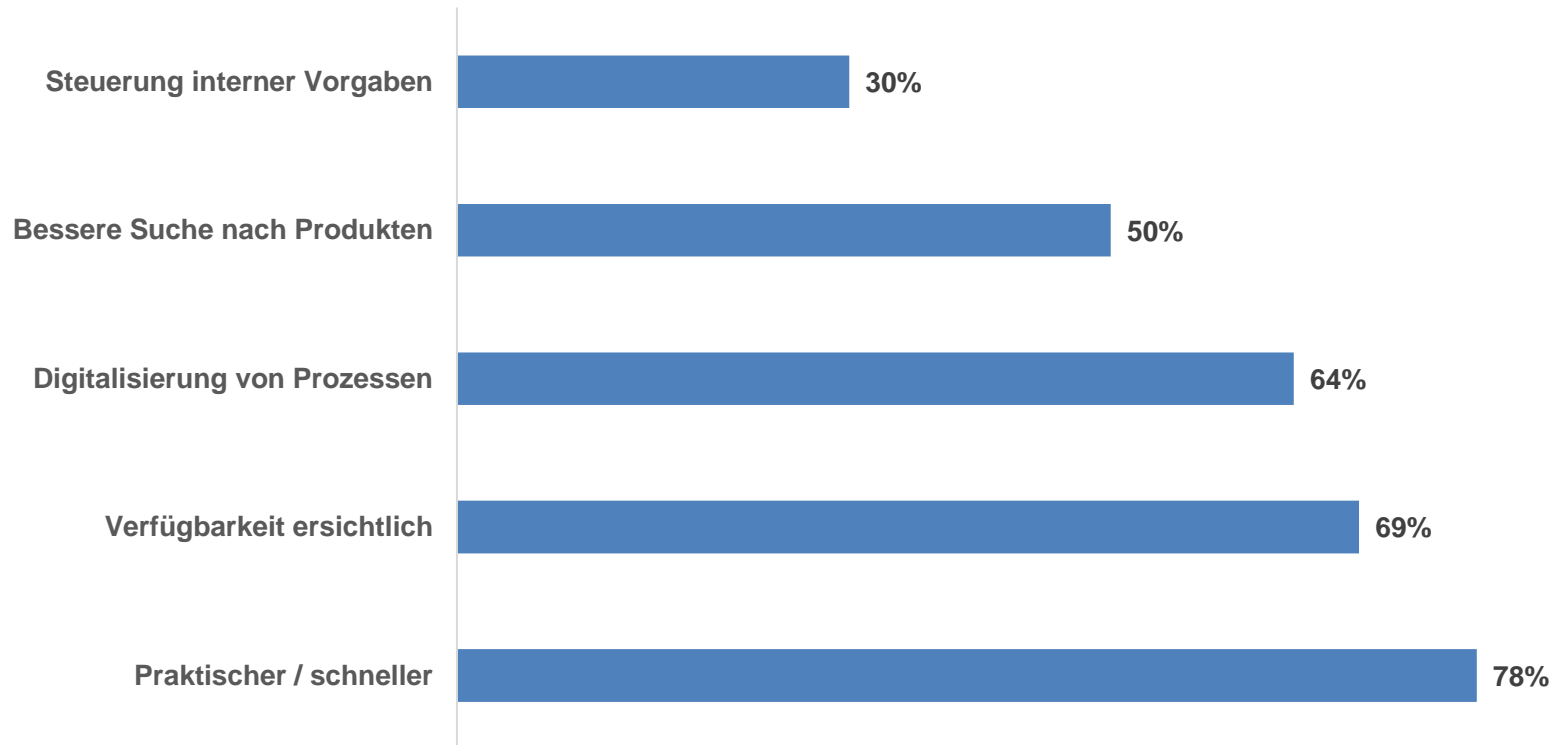
Prof. Dr. Alexander Pöschl (HTW Saar)

Inhaltsübersicht

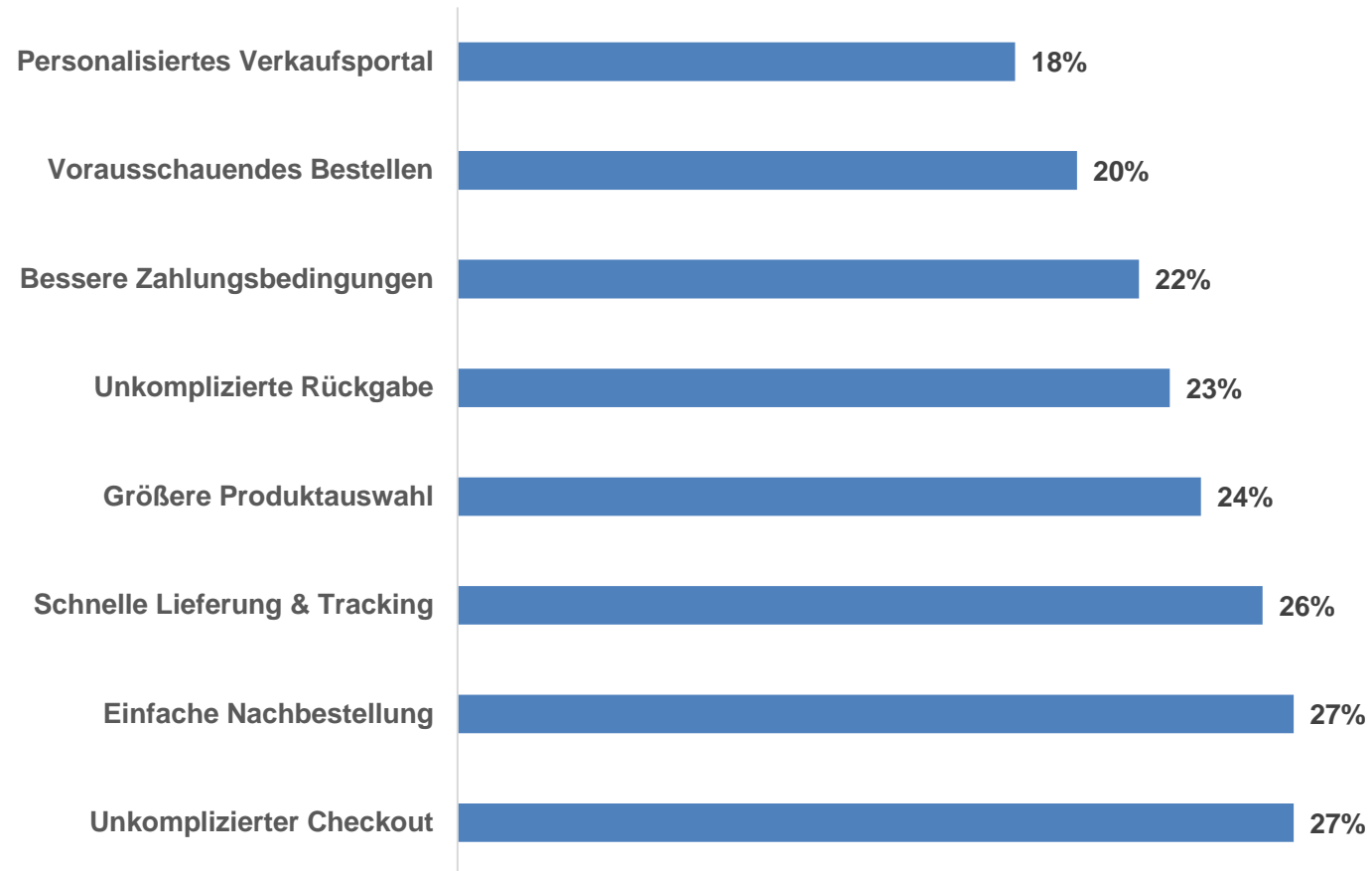
1. Ausgangslage
2. Typische Anforderungen (Auswahl)
3. Zusammenfassung, Diskussion und Fragen

1. Ausgangslage

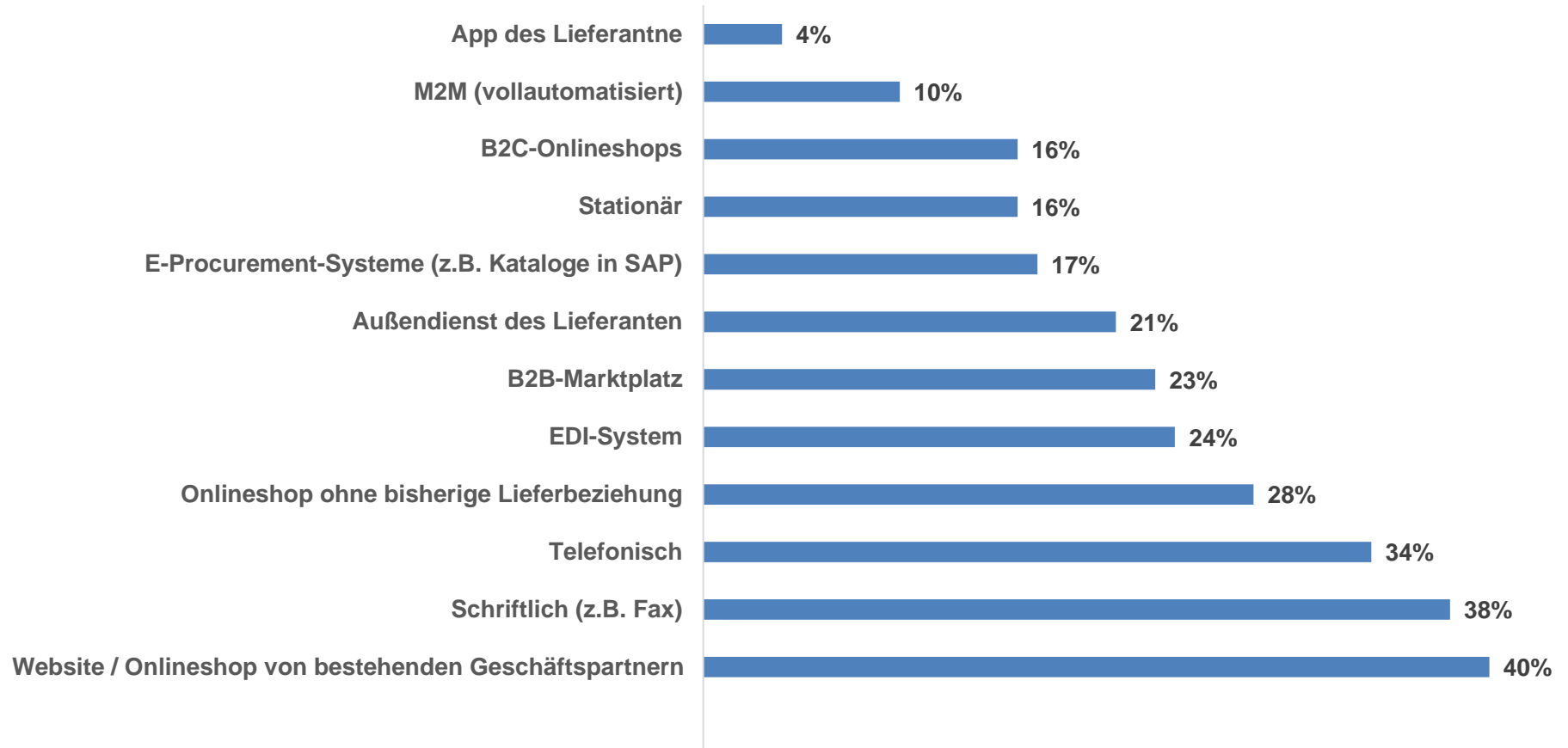
Auswahl an Beweggründen für B2B-Ecommerce vgl. mit anderen Kanälen



Aspekte aus B2C-Ecommerce, die sich Firmen im B2B wünschen (Auswahl)



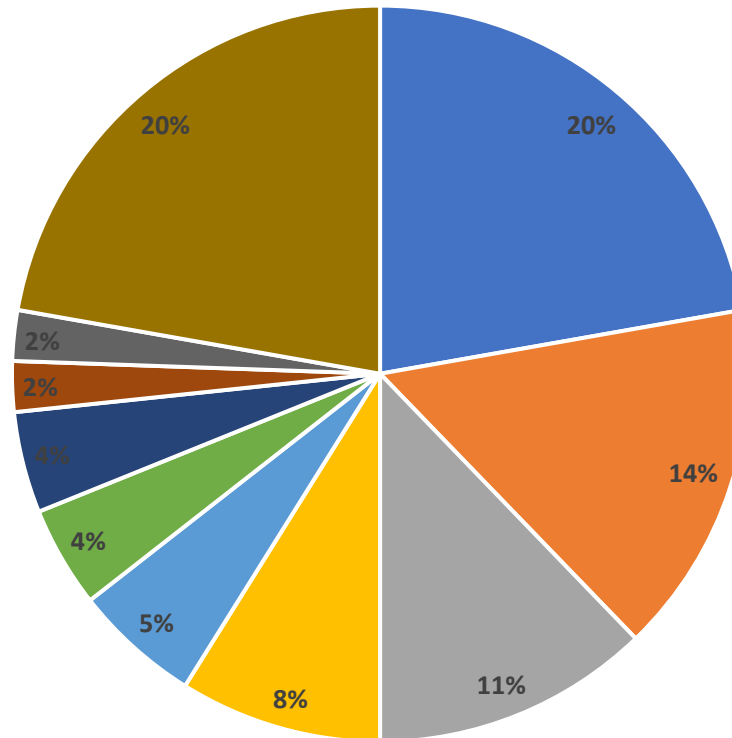
Wie/wo kaufen dt. Firmen ein?



Vielzahl an Shop-Systemen (Auswahl)

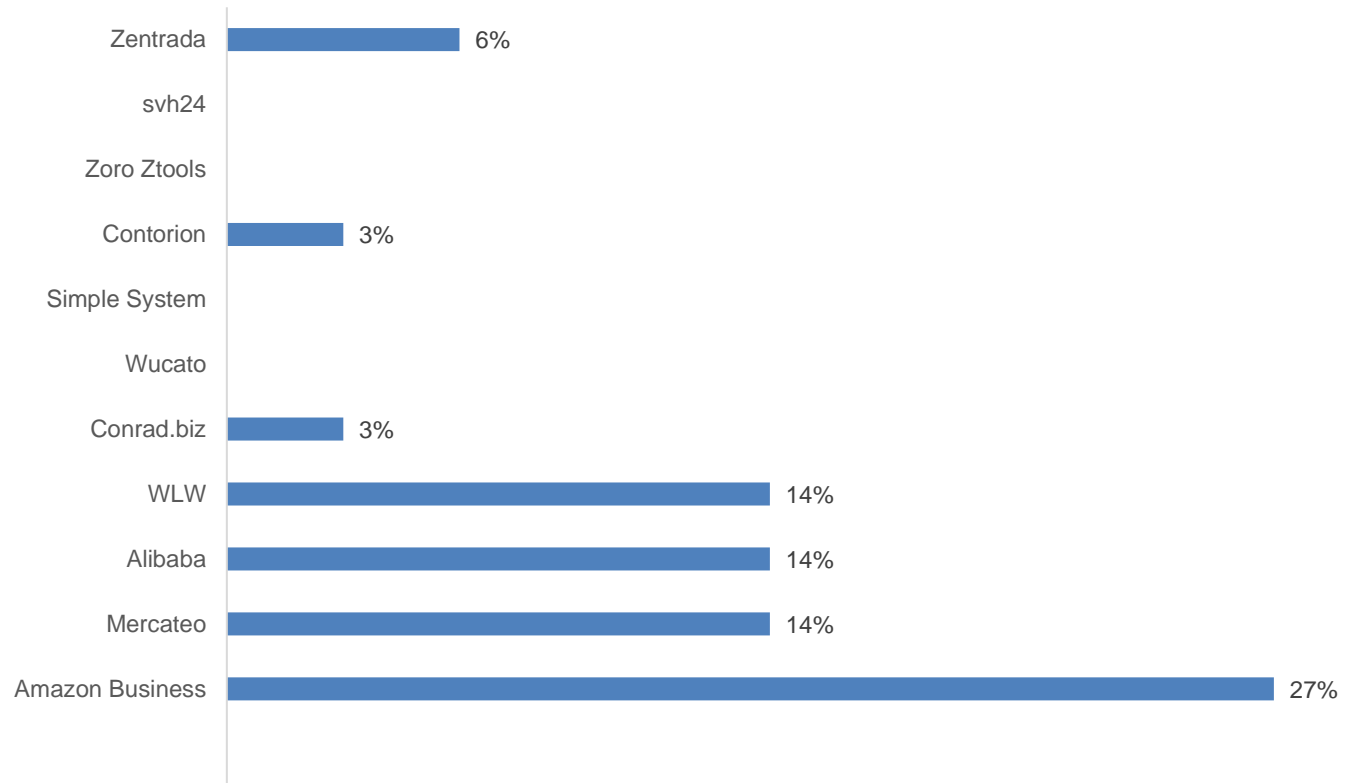
- Aus eigener Erfahrung: Oxid, Shopware, Magento, WooCommerce
- Weitere: Shopify, PrestaShop, Salesforce Cloud, Spryker, Spree Commerce usw.
- Auswahlkriterien u.a.:
 - Onlineshop-Größe,
 - Vertriebsgebiet,
 - Nutzerfreundlichkeit und Aufwand,
 - Möglichkeiten der Individualisierung,
 - Budget,
 - Kundensupport (für **Sie** als Kunde)

Mit welchem Shopsystem verkaufen B2B-Onlinehändler in Deutschland?



- Magento
- Shopware
- SAP Hybris
- OroCommerce
- xt Commerce
- Intership
- WooCommerce
- Salesforce Commerce Cloud
- OXID

Welche B2B-Marktplätze nutzen dt. Firmen im Einkauf?



2. Typische Anforderungen (Auswahl)

Die erste Frage...

... was macht Ihr B2B aus?

Vorsteuerabzug?

Großmengen?

Prozessintegration?

...?

Beispiel 1: Online-Preisermittlung

- Preislisten, Aktionen, individuelle Rabatte, verhandelte Preise mit Außendienst, Rahmenvereinbarungen, Bestellwerte, Skonto...
- Viele Shop-Systeme entspringen der B2C-Welt → weniger komplexe Anforderungen an Preisermittlung
- B2B: Preisfindung oft im ERP-System (ggf. asynchron), nicht im Shop-System selbst
- Shop-System erhält Preis dann via Schnittstelle, neben Verfügbarkeitsinformationen usw.

Liefer- u. Rechnungsadressen

- Außenstellen, Filialen, Zweigstellen, Zusatzbüros usw.
 - Shop-Kundendaten sollten bestenfalls mehr als nur eine Lieferadresse zulassen
- Bestellung auf unterschiedliche Adressen aufteilbar
- Aber: ggf. unterschiedliche Lieferzeiten, Filialnummern, Ansprechpartner, Öffnungszeiten, Versandkosten usw.
 - Shopsystem sollte Bestellstatus abbilden und Einkäufer sehen lassen (d.h. nicht nur im ERP-System)

Beispiel 3: „Basis-Prozesse“, Große Bedeutung von Standards

- u.a.
- Katalogstandards (z.B. Artikelstammdaten einheitlich strukturiert), z.B. BMEcat, openTrans
- Klassifikationsstandards (v.a. für Produktsuche)
- Transaktionsstandards (z.B. Lieferscheine, Aufträge), v.a. EDI/EDIFACT, XML

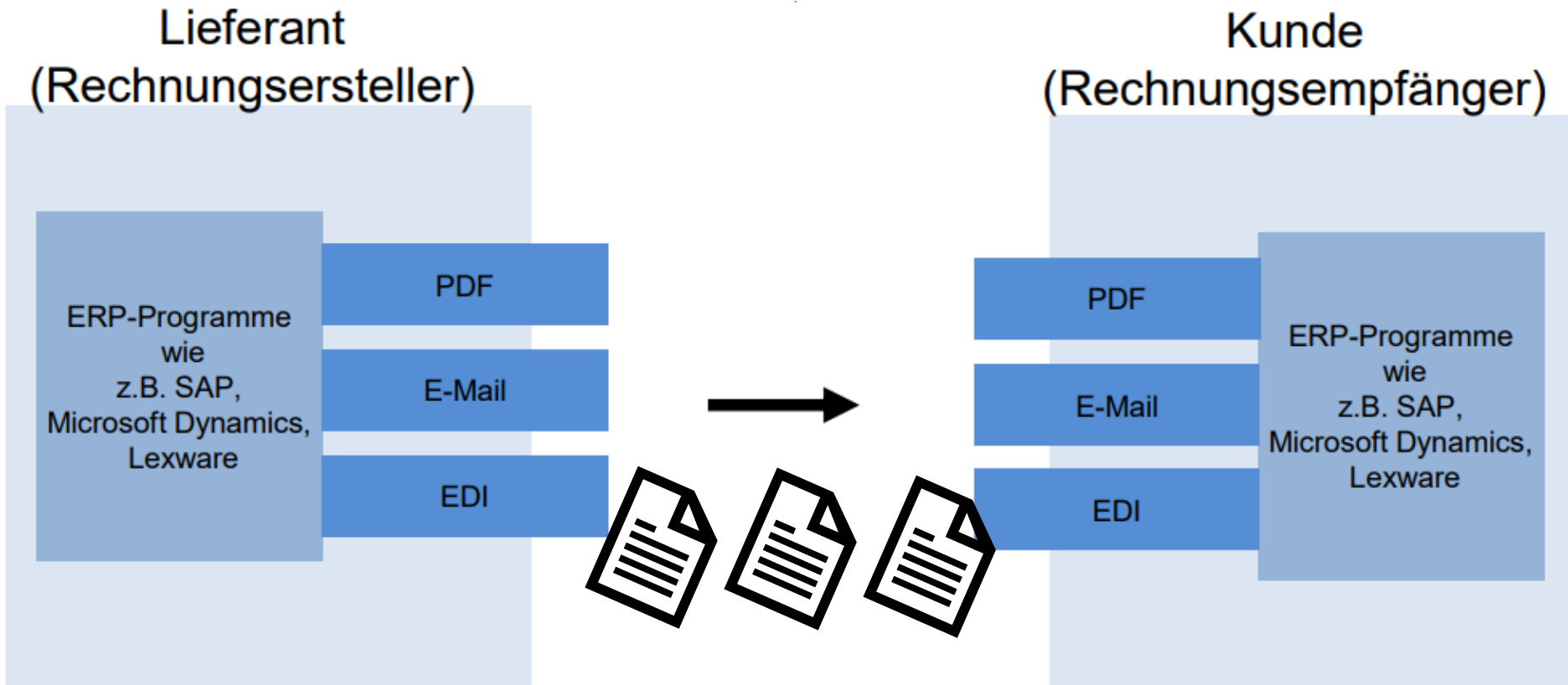
„Basis-Prozesse“

- z.B. Purchase to pay (vereinfacht)



„Basis-Prozesse“

- z.B. Purchase to pay (vereinfacht)



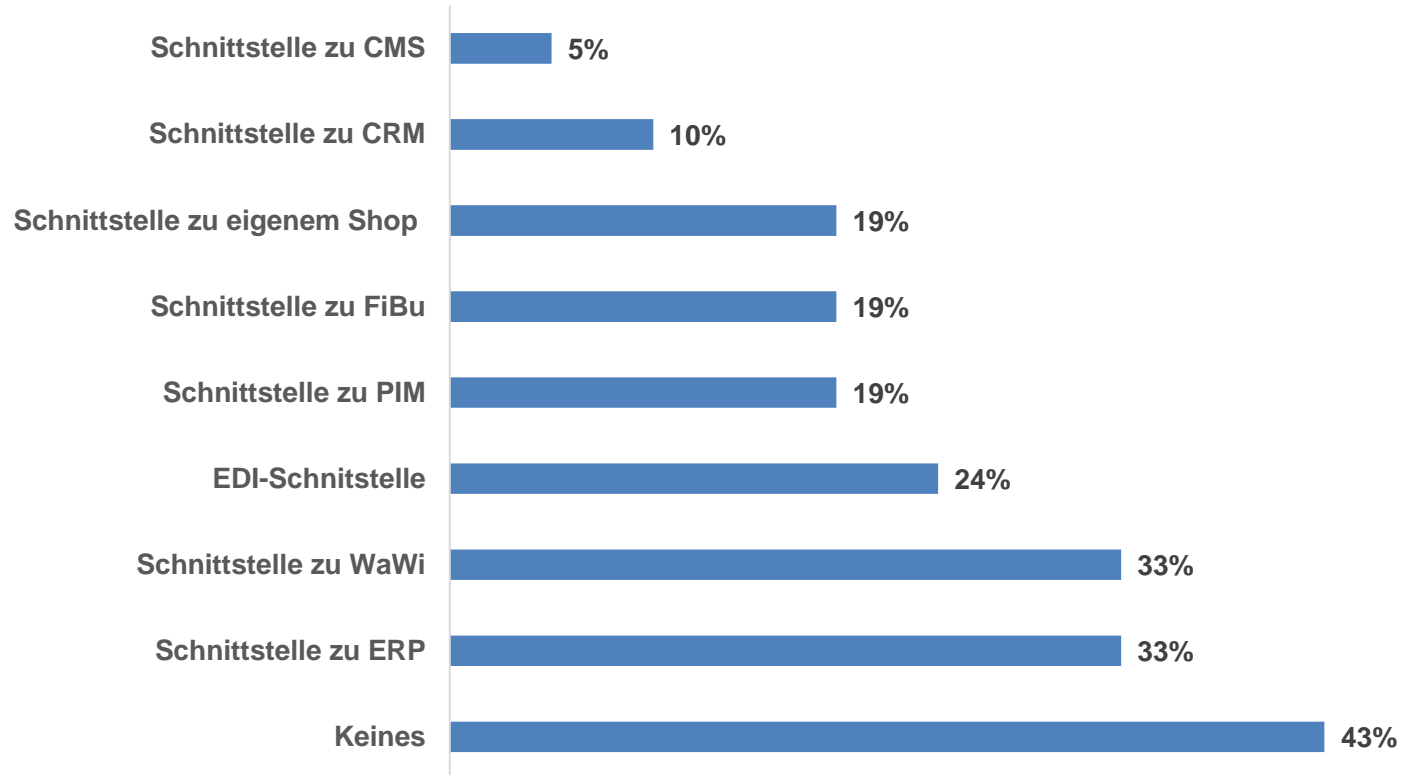
Weiteres Beispiel: Anbindungsprozess bei Mercateo

- Schritt 1 – Lieferantenregistrierung
- Schritt 2 – Übernahme der Lieferantenstammdaten
- Schritt 3 – Katalog erstellen (Übermittlung via sFTP / BMEcat)
- Schritt 4 – Bilder und Datenblätter bereitstellen
- Schritt 5 – Lagerstände übermitteln
- Schritt 6 – Elektronische Schnittstellen
- Schritt 7 – Katalog übertragen
- Schritt 8 – Katalog prüfen (Lieferant)
- Schritt 9 – Katalog prüfen (Mercateo)
- Schritt 10 – Katalog online setzen
- Schritt 11 – Konditionen nachträglich ändern

Weiteres Beispiel: Anbindungsprozess bei Mercateo

- Mercateo-Handbuch zur Anbindung spezifiziert u.a. Aufbau der Bestellbestätigung
- z.B. Positionsdaten im Format „ORDER_ITEM/QUANTITY“ müssen enthalten sein
- <https://www.mercateo.com/support/verkaufen/lieferantenanbindung/anbindung-oeffentlicher-katalog/>

„Basis-Prozesse“: Schnittstellen dt. Händler zu Amazon Business



„Basis-Prozesse“: Service-Innovation

- **Beispiel:** Conrad Smart Procure (CSP) / B2B Marktplatz
- Single Creditor:
 - Kunde kauft über OCI-Anbindung oder CSP bei einem Conrad-Marktplatz-Lieferanten ein
 - Rechnung wird gebündelt von Conrad gestellt, auch Zahlungsabwicklung übernimmt alleine Conrad
- Festlegung von Budgets und individueller Ausgabe-Limits, Freigabeprozesse

3. Zusammenfassung, Diskussion und Fragen

Zusammenfassung

- Elemente des B2C zunehmend im B2B gefragt / erwünscht
- Vielzahl an Kanälen (Marktplätze, eKataloge usw.), oft Anbindung & Schnittstellen nötig
- Große Auswahl an Shop-Systemen, manche eher B2C-orientiert
- Abbildung typischer B2B-Prozesse (z.B. telefonische Preisermittlung durch Außendienst) nun online abzubilden & Service-Innovationen (siehe Single Creditor)
- Bei großen Firmen: teilweise langes Genehmigungs- und Anbindungsverfahren, dadurch aber ggf. Lock-in Effekte

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Diskussion, Fragen und Anmerkungen

alexander.poeschl@htwsaar.de