B2B E-Commerce mit Nachholbedarf im After-Sales

Während allgemeine Aktions- und Preisangebote dominieren, nutzen nur wenige B2B-Händler den Newsletter für das Up-Selling

(Mynewsdesk) Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am Institut für Handelsforschung, hat zum achten Mal den B2B E-Commerce Markt durchleuchtet und dabei auch die Nutzung von E-Mail- und Newsletter-Marketing untersucht. Immerhin mehr als die Hälfte der befragten B2B-Unternehmen adressiert die verschiedenen Kundengruppen mit unterschiedlichen Inhalten. Jedoch nur 4,8 Prozent nutzen ihr Wissen um den Kunden für eine ganz individuelle Ansprache. Und 12,2 Prozent verzichten bislang ganz auf regelmäßige Newsletter.

Dieses Bild spiegelt sich auch in der ebenfalls abgefragten inhaltlichen Ausgestaltung des E-Mail-Marketings wider; denn immer noch dominieren Aktions- und Preisangebote (75 Prozent) die Kundenkommunikation. Beliebt sind auch Service- und Knowhow-Themen sowie Einladungen zu Messen und Events. Demgegenüber sind individuelle Zubehör- und Service-Angebote nur bei 19,4 Prozent der B2B-Händler ein regelmäßiges After-Sales-Instrument. Und lediglich knapp 8 Prozent der Unternehmen haben bereits Erfahrung mit gezielten, individuellen Up-Selling- und Upgrade-Angeboten im Nachgang zum Einkauf des Kunden im Onlineshop.

Weitere, aktuelle Ergebnisse des B2B E-Commerce Konjunkturindex: Rund 86 Prozent der befragten Unternehmen rechnen für die kommenden zwölf Monate mit steigenden E-Commerce-Umsätzen. Damit steigt der Index für die Erwartungen an die Entwicklung der E-Commerce-Umsätze um satte 16,8 Punkte.

Der vollständige Berichtsband zum kostenlosen Download und alle Informationen zum B2B E-Commerce Konjunkturindex und den Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden sich unter: www.b2b-ecommerce-index.de

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/v1w9s9

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/software/b2b-e-commerce-mit-nachholbedarf-im-after-sales-60897

=== B2B E-Commerce Konjunkturindex 11+12-2014 - Indexverlauf (Bild) ===

Rund 86 Prozent der befragten Unternehmen rechnen für die kommenden zwölf Monate mit steigenden E-Commerce-Umsätzen. Damit steigt der Index für die Erwartungen an die Entwicklung der E-Commerce-Umsätze um satte 16,8 Punkte.

Shortlink:
http://shortpr.com/echml0

Permanentlink:
http://www.themenportal.de/bilder/b2b-e-commerce-konjunkturindex-11-12-2014-indexverlauf

Pressekontakt

IntelliShop AG

Herr Oliver Schwartz
Bannwaldallee 32
76185 Karlsruhe

oliver.schwartz@intellishop.ag

Firmenkontakt

IntelliShop AG

Herr Oliver Schwartz
Bannwaldallee 32
76185 Karlsruhe

intellishop.ag
oliver.schwartz@intellishop.ag

=== Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex ===

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer zwei-monatlichen Befragung von Entscheidern und Projektverantwortlichen aus deutschen B2B-Unternehmen. Die Unternehmen beurteilen ihre aktuellen Umsätze und ihre Erwartungen an die Umsatzentwicklung in den folgenden zwölf Monaten auf einer 5-Skala von sehr negativ bzw. stark verschlechtern bis sehr positiv bzw. stark verbessern. Die ausgewiesenen Werte des B2B E-Commerce Konjunkturindex berechnen sich als Differenz der Anteile positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsätze und Ausgaben plus 100. Somit bedeutet ein Wert von 100, dass der Anteil positiver Rückmeldungen genauso groß ist wie der Anteil negativer Rückmeldungen.

An der achten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 42 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang März 2015. Teilnehmen können alle B2B-Unternehmen, die Umsätze über internetbasierte und digitalisierte Angebots- und Auftragsprozesse generieren. Mit ihrer Teilnahme an den Umfragen des B2B E-Commerce Konjunkturindex tragen die Panelists dazu bei, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Onlinehandel zu bringen und profitieren von kostenfreien Ergebnissen.

www.b2b-ecommerce-index.de

=== Über die IntelliShop AG ===

Gegründet im Jahr 2004, verzeichnet die IntelliShop AG hohe, jährliche Wachstumsraten und konnte sich schnell als einer der innovativsten Anbieter für komplexe Shopsysteme im Enterprise-Segment etablieren.

Die modulare Architektur und der innovative Prozessmanager ermöglichen eine vollständige Anpassung des Shops an die bewährten Unternehmensprozesse. Dank integrierter Middleware erfolgt die schnelle und problemlose Integration in die vorhandene IT-Infrastruktur.

Zu den B2B-Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, GEA, Wieland Electric, 1&1, Horizont, EWM, Knüppel oder Nordwest. Im B2C-Segment vertrauen T-Mobile, Telering, Eismann oder die Österreichische Post auf IntelliShop.

www.b2b.intellishop.ag

=== Über das ECC Köln ===

Das ECC Köln ist Experte für den Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und anerkannte Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.