



Wenige innovative Servicefunktionen im B2B E-Commerce

Sowohl bei den Kontaktmöglichkeiten wie auch bei Service- und Informationsangeboten dominieren noch die Klassiker

(Mynewsdesk) Karlsruhe/Köln, 27. März 2015. Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am IFH Institut für Handelsforschung, hat zum neunten Mal den B2B-E-Commerce Markt durchleuchtet und dabei auch die angebotenen Kontaktmöglichkeiten sowie Service- und Informationsfunktionen in B2B Onlineshops abgefragt. Das Spektrum an möglichen Service-Features ist gerade im B2B breit, jedoch dominieren noch die Klassiker wie das Kontaktformular? (91 %), die Hotline? (66 %) oder die Warenkorb-Schnellerfassung? (59 %).

Dialogorientierte Kontaktmöglichkeiten wie Click-to-Chat, Click-to-Call oder Click-to-Video bieten erst wenige B2B-Händler ihren Kunden an. Auch innovative Service- und Informationsfunktionen wie ein Materialrechner haben sich noch nicht durchgesetzt. Immerhin jeder fünfte Onlinehändler im B2B testet oder nutzt bereits einen virtuellen Verkaufsberater. Und bereits 27,3 Prozent der befragten Unternehmen produzieren Beratungsvideos mit Experten.

Im aktuellen B2B E-Commerce Konjunkturindex zeigen sich die Unternehmen deutlich verhaltener als in den vorherigen Erhebungen. Der Indexwert für die Gesamtumsätze sinkt auf lediglich 119,6 Punkte. Die E-Commerce-Umsätze dagegen bewegen sich weiterhin auf einem hohen Niveau. Der Index für die aktuellen E-Commerce-Umsätze sinkt nur leicht und erreicht immer noch sehr gute 150 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/sv5byy>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/software/wenige-innovative-servicefunktionen-im-b2b-e-commerce-71128>

=== B2B E-Commerce Konjunkturindex 03-2015 - Zusatzfrage Services (Bild) ===

Das Spektrum an möglichen Service-Features ist gerade im B2B breit, jedoch dominieren in der Breite noch die Klassiker wie das Kontaktformular (91 %), die Hotline (66 %) oder die Warenkorb-Schnellerfassung (59 %).

Shortlink:

<http://shortpr.com/0z96ay>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/b2b-e-commerce-konjunkturindex-03-2015-zusatzfrage-services>

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-Punkte-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.

www.ecckoeln.de

Angebotene Kontaktmöglichkeiten, Services und Informationsmöglichkeiten im B2B Online-Shop (in %)

Meist angebotene Kontaktmöglichkeit ist das Kontaktformular. Häufig angebotener Service und Informationsmöglichkeit ist die Warenkorb-Schnellerfassung.

Angebotene Kontaktmöglichkeiten auf Website/im B2B-Onlineshop (Mehrfachnennung möglich)



FRAGE:

Welche Kontaktmöglichkeiten bieten Sie Ihren Kunden auf Ihrer Website/in Ihrem B2B-Onlineshop an?
Welche Services und Informationsmöglichkeiten bieten Sie Ihren Kunden auf Ihrer Website/in Ihrem Online-Shop an?

Angebotene Services und Informationsmöglichkeiten auf Website/im B2B-Onlineshop (Mehrfachnennungen möglich)



LESEBEISPIEL:

90,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen bieten ihren Kunden auf der Website ein Kontaktformular an.
20,5 Prozent der Unternehmen bieten ihren Kunden auf der Website einen Verkaufsberater an.

BASIS:

Frage 1: n = 44;
Frage 2: n = 44;
Angaben in %

Tendenzaussagen