

#Digitalisierung einfach erklärt

# Die 7 größten Fehler im B2B E-Commerce

...und wie Sie sie vermeiden

Erkenntnisse aus über 100+ umgesetzten  
B2B E-Commerce-Plattformen

+ Direktlinks zu weiterführenden Videos



# 1. Rabatt am Telefon

## ✘ Der Fehler:

Rabatte am Telefon: unbedingt abgewöhnen!  
 Wenn Ihre Kunden wissen, dass sie am Telefon Rabatt bekommen, wollen sie darauf nicht verzichten und ihr Shop nimmt nie Fahrt auf.

## ✔ So wird er vermieden:

Wenn Sie ohne Rabatte nicht verkaufen:  
 Preissystem in Ordnung bringen. Vertrieb mit ins Boot holen und klar machen: Keine Rabatte ohne Grund. So sind auch faire Preise für Ihre Kunden sichergestellt

Weitere Informationen  
 im Video:



## 2. Keine Nettopreise

### ✘ Der Fehler:

Großhändler verzichten aufgrund komplexer Preissysteme oft auf die Anzeige individueller Nettopreise im Onlineshop, was zu Kundenverlusten und einem ineffizientem Bestellprozess führt.

### ✔ So wird er vermieden:

Integrieren Sie Ihr ERP-System zur Live-Preisabfrage im Shop. Ist Ihnen das nicht möglich, vereinfachen Sie Ihr Preissystem – denn das Kunden ihre Nettopreise sehen können ist Pflicht!

Weitere Informationen  
im Video:



## 3. Fehlende Verfügbarkeitsanzeige

### ✘ Der Fehler:

Handwerker müssen beim Kauf direkt wissen, wann Sie mit Erhalt der Ware rechnen können – es ist schließlich wichtig für ihre eigene Arbeit. Fehlt diese Information, suchen sie sich schon bald einen Shop, der Ihnen das bietet.

### ✔ So wird er vermieden:

Eine Verfügbarkeitsanzeige ist Pflicht, kein Luxus. Die Kür sind Touren-Auswahl und Liefer-Termin – auch darüber müssen Sie sich Gedanken machen.

Weitere Informationen  
im Video:



## 4. Keine Angebote im Onlineshop abgebildet

### ✘ Der Fehler:

Viele Onlineshops im Großhandel können keine Angebote abbilden. Auftrags- und projektbezogene Sonderpreise werden jedoch immer einen großen Teil des Umsatzes ausmachen. Das Abbilden von Angeboten ist daher elementar wichtig.

### ✔ So wird er vermieden:

Achten Sie bei der Wahl Ihrer E-Commerce-Plattform darauf, dass diese die Erstellung und Bestellung von Angeboten unterstützt. Wir konnten 50-100% Steigerung des Onlineumsatzes über ein Jahr beobachten, nachdem Angebote im Shop bestellbar gemacht wurden.

Weitere Informationen  
im Video:



## Profis im Produktionsverbindungshandel setzen auf SellSite



„Mit SellSite als E-Commerce-Plattform sind wir bestens aufgestellt für die Zukunft, dank innovativer Technik und standardisierter Schnittstellen.“

**Christian Preis**

Leiter E-Commerce, Borrmann

---



# 5. Keine E-Commerce fähigen Online-Aktionen

## ✘ Der Fehler:

Ihre Aktionen (Beim Kauf von 3 X bekommen Sie Y dazu...) müssen immer im Shop verfügbar sein – wenn ihre Kunden im Shop nicht davon profitieren können, werden sie diesen meiden.

## ✔ So wird er vermieden:

Der Onlineshop gibt für Sie vor, wie Aktionen gestaltet werden. Nur Aktionen, die dort abgebildet werden, werden umgesetzt. Ihr nächster Schritt sind Aktionen nur für den Shop, um Ihre Kunden an diesen zu gewöhnen und seine Attraktivität gegenüber anderen Vertriebskanälen hervorzuheben.

Weitere Informationen  
im Video:



# 6. Schlechte Stammdaten

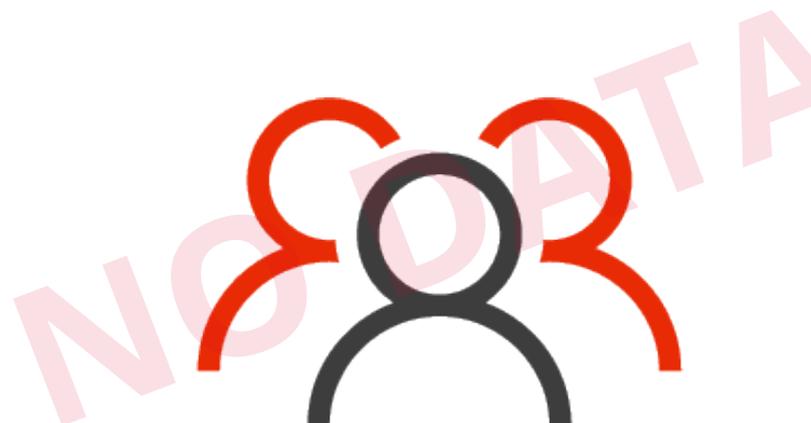
## ✘ Der Fehler:

Ihre Kunden erwarten heute gute Produktbilder, eine ausführliche Beschreibung und technische Daten. Sie möchten sich sicher sein, das richtige Produkt zu bestellen – ansonsten kaufen sie entweder nicht, oder sogar bei der Konkurrenz.

## ✔ So wird er vermieden:

Stellen Sie sicher, dass Ihr Shop umfassende Produktinformationen bereitstellt. Das kann natürlich mit einem großen Stammdatenteam gelingen, ist dann aber äußerst teuer. Besser sind On-Demand-Services wie OXOMI, dank derer Sie auch ein großes Sortiment mit umfangreichen, aktuellen Daten versorgen.

Weitere Informationen  
im Video:



# 7. Kundenlogins für Onlineshops auf Anfrage

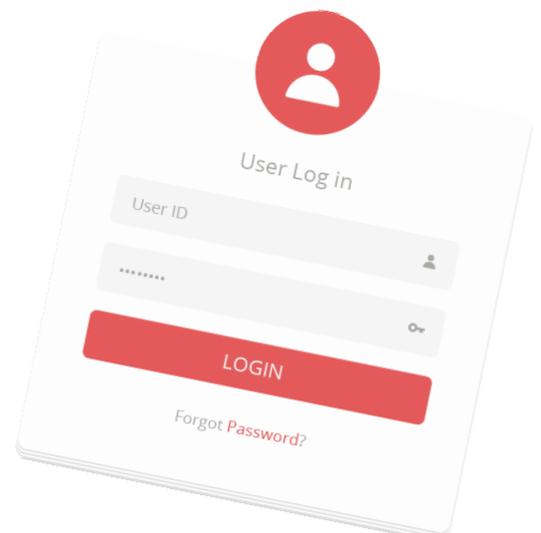
## ✘ Der Fehler:

Dafür gibt es keine Ausrede: Wer Kunden nachfragen lässt, um Zugang zum Shop zu bekommen, braucht sich nicht wundern, dass dieser nicht läuft.

## ✔ So wird er vermieden:

Legen Sie Ihren Kunden von sich aus Zugänge zum Shop an und machen Sie diese direkt darauf aufmerksam. Fassen Sie bei Kunden, die sich nicht einloggen nach und bieten Sie ggf. Hilfe mittels Ihres Außendienstlers an. Wer mit dieser Aufgabe überfordert ist, fängt erstmal bei den 300 wichtigsten Kunden an.

Weitere Informationen  
im Video:



## Profis im Elektro-Fachhandel setzen auf SellSite

A portrait of Sabine Distel, a woman with short blonde hair, wearing a dark polo shirt. She is smiling slightly and looking directly at the camera. The background is a solid green color. The text is overlaid on the lower part of the image.

„Im Standard schon super, können wir bei SellSite mit den Artefakten und Landingpages viel selber machen, das ist bei vielen anderen Systemen so nicht der Fall.“

**Sabine Distel**

Leiterin E-Business, UNI ELEKTRO

---

**Unielektro**

# + Bonus-Impulse: Ist Ihr Shop wirklich zu teuer?

## ✘ Der Fehler:

Rechnen Sie es einfach mal realistisch durch: Erscheint Ihr Shop immer noch "so teuer", wenn Sie dessen Kosten mit Personalkosten inklusive Dienstwagen, -handy und Co. gegenüberstellen? Hier lügt man sich gerne mal selbst in die Tasche.

## ✔ So wird er vermieden:

Wenn Sie diese Gegenüberstellung realistisch durchführen stellen Sie schnell fest, dass ein paar PS eines Dienstwagens zwar Spaß machen, aber keinen Umsatz generieren – ganz im Gegensatz zu Ihrem Shop. Gerade wenn Sie die genannten Tipps umsetzen. ;)

Weitere Informationen  
im Video:



# + Bonus-Impulse:

## Fehlende Analyse des Offline - Umsatzwachstums

### ✘ Der Fehler:

Betrachten Sie Ihr Wachstum nach "offline" und "online" getrennt. Das kann vielerorts gegen mangelnde Bereitschaft in E-Commerce zu investieren helfen – denn viele Unternehmen wachsen heute bereits hauptsächlich online.

### ✔ So wird er vermieden:

Machen Sie eine Wachstums-Analyse, die Online- und Offline-Wachstum vergleicht. Passen Sie ggf. ihre Investitionen den so gewonnen Erkenntnissen an.

Weitere Informationen  
im Video:



**Partner auf Augenhöhe: Wir sind gerne für Sie da**



**„Sie möchten eine B2B-E-Commerce Plattform voller Möglichkeiten für Ihre Kunden?**

**Buchen Sie Ihren individuellen Beratungstermin.“**

**Michael Haufler**

Geschäftsführer scireum GmbH

---



**Jetzt Termin zu SellSite vereinbaren**

August 2024  
Copyright © scireum GmbH  
Eisenbahnstraße 24  
73630 Remshalden

[Impressum](#)

 [scireum.de/sellsite](https://scireum.de/sellsite)