

Case Study: B2B mit Shopify

Zwei Beispiele für B2C/B2B Shops

Vorwort

Dieser Guide wird von **Eshop Guide** geschrieben und herausgegeben. Eshop Guide sind Oliver Schönbett, Dave Crowder und Patrick Rosenblatt.

Unsere Leidenschaft neue Dinge zu erschaffen und auszuprobieren ist tief mit der digitalen Welt verwurzelt. Dabei blicken wir stets über den Tellerrand hinaus und suchen nach effizienten Lösungen für unsere Vorhaben.

Shopify hat sich als das perfekte Werkzeug für diese Philosophie etabliert. Als Deutschlands Shopify Experten Nr. 1 ist es unser Mission wunderschönes und automatisiertes Ecommerce für Jeden zu ermöglichen.

In diesem Guide besprechen wir, wie Du mit einem einzelnen Shopify Store international verkaufen kannst.

So kannst Du dich bei Deinem Ecommerce mehr mit Verkaufen beschäftigen - und weniger mit Verwalten :)

Bild aus dem Shopify HQ in Ottawa, Kanada

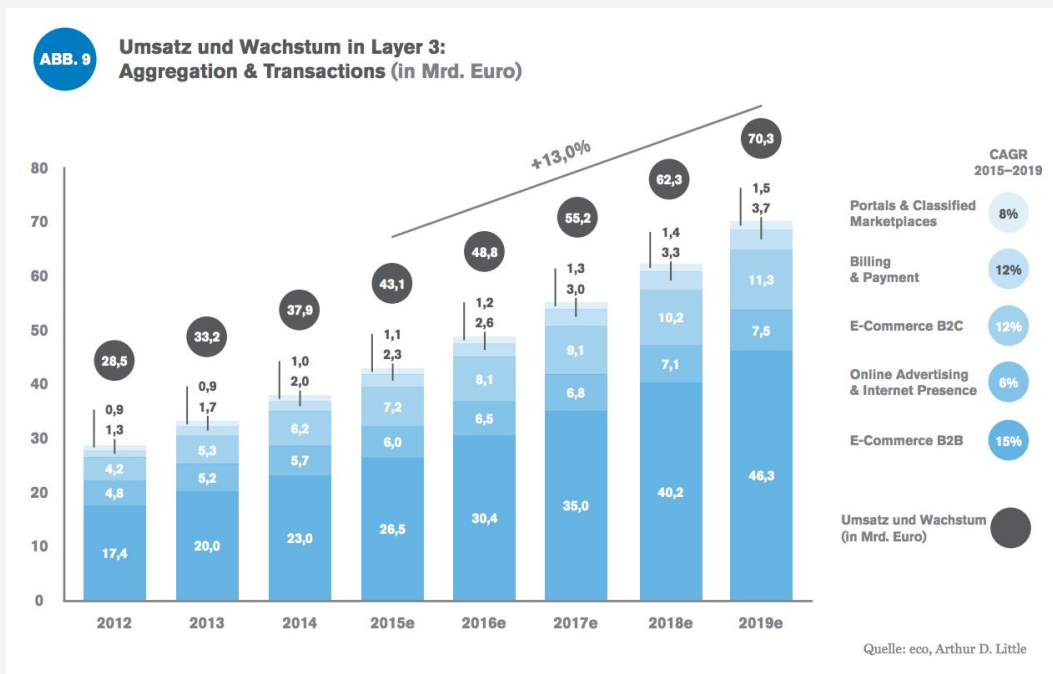


Ist digitaler Vertrieb für B2B relevant?

Einfach gesagt, ja! Ecommerce B2B Umsätze übertreffen B2C Umsätze bei weitem. Die Vorteile von B2C Ecommerce gelten auch für den B2B Vertrieb: **es ist günstig, schnell und skaliert.**

Natürlich kommt es auf das zu verkaufende Produkt an, ob B2B ein relevanter Markt ist. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die **meisten Shopify Stores auch für Geschäftskunden interessant** sind, von Kleidung, über Büromaterialien zu digitalen Produkten.

Wenn Du also überlegst, Deinen B2B Verkaufsprozess zu optimieren, bist Du genau richtig. Wir besprechen 2 Fälle, die veranschaulichen, ob und wie man aus einem Shopify Store B2C und B2B bedienen kann.



So sollte ein moderner Vertriebsprozess NICHT aussehen

Ein Inneneinrichter und ein Werkzeughändler verkaufen über ihren Shopify Store erfolgreich an Privatkunden. Zusätzlich bedienen beide Händler jedoch auch Geschäftskunden, per Email, Fax und Telefon. Alles in allem ist der Verkaufsprozess an Geschäftskunden sehr zeitaufwendig:

- Versand von Katalogen an relevante Geschäftskunden
- Aufnahme neuer Geschäftskunden in Kundenkartei
- Manuelle Aufnahme von Bestellungen
- Manuelle Weiterleitung der Bestellung ans Lager
- Manuelle Erstellung der Rechnung
- Getrenntes CRM/Marketing für Geschäfts- und Privatkunden

Die durchschnittliche Bearbeitungszeit einer Geschäftskundenbestellung liegt in dem Fall bei ca. 18 Minuten, im Gegensatz zu 1,5 Minuten bei Privatkundenbestellungen.

Die Design GmbH und Werkzeug GmbH haben jeweils einen Mitarbeiter nur für die Abwicklung von Geschäftskundenbestellungen eingestellt. Selbst an guten Tagen konnten die Mitarbeiter maximal 30 Bestellungen abwickeln, was im Vergleich zum optimierten Ecommerce bei Privatkunden nicht akzeptabel ist.

In dieser Veranschaulichung ist noch nicht die Zeit mit eingerechnet, die es zur Generierung von B2B Leads bedarf. Beide Händler wollten also ihren Geschäftskundenprozess nach ihren individuellen Anforderungen optimieren.

B2C und B2B aus einem Shop - Geht das?

In seiner Grundfunktion ist Shopify das perfekte Tool, um einen einzelnen Verkaufsprozess zur Perfektion zu bringen. Komplexer wird es, wenn **mehrere Verkaufskanäle, Regionen und Kundenarten in einem einzelnen Shop** bedient werden sollen.

Für den Verkauf an Geschäftskunden benötigt man in der Regel einige Funktionen, die man nur durch Apps erreicht oder auf den ersten Blick nicht ersichtlich sind:

- Spezielle Preise für Großkunden
- Mindestabnahmemengen
- Steuerbefreiung für EU Geschäftskunden mit USt. ID
- Automatische Identifizierung von B2B Kunden

Ohne diese Funktionen erreicht man nicht das optimierte Ecommerce, wie es mit Shopify möglich ist.

Wir betrachten die Fälle der Werkzeug GmbH und der Design GmbH, die ihre B2B Prozesse genauso optimieren (und automatisieren) wollten wie den B2C Prozess. Anhand dieser Beispiele zeigen wir, wie Du in Deinem **Shopify Store gleichzeitig Privatkunden UND Geschäftskunden bedienen kannst.**

Melden Sie sich an oder registrieren Sie sich als Händler

E-Mail

Passwort

Hast Du Dein Passwort vergessen?

ANMELDEN

Werkzeug GmbH: automatische Registrierung und Steuerbefreiung für EU Kunden

Der Geschäftskundenprozess sollte folgende Merkmale haben:

- Händler können sich eigenständig registrieren und Steuerdaten hinterlegen
- Produktkatalog soll im Geschäftskundenbereich einsehbar sein
- Geschäftskunden müssen einen Mindestbestellmenge erreichen
- Rabatt abhängig von ausgewählten Produkten

Ein österreichischer Maschinenbauer benötigt für die Realisierung eines neuen Projekts Werkzeuge. Der Einkäufer, Hubert, ist den Vertriebler seines üblichen Lieferanten leid und prüft andere Einkaufsmöglichkeiten.

Eine Google-Suche bringt Hubert zum **Geschäftskundenbereich des Onlineshops** der Werkzeug GmbH. Der Kauf bei einem Deutschen Unternehmen käme ihm sehr gelegen, da er so die **Mehrwertsteuer sparen** kann.

Freudig nimmt er zur Kenntnis, dass er sich direkt als **Geschäftskunde** mit seiner österreichischen **Ust.-ID** im Onlineshop registrieren kann¹. Hubert wird in der **Kundenkartei** angelegt und entsprechend als **„steuerfrei“** markiert. Die Werkzeug GmbH hat damit einen potentiellen Neukunden 100% automatisch akquiriert.

 Patrick Rosenblatt Customer for 10 days	Contact Edit
Customer Note <input type="text" value="VAT Registration Number: FR13420916918"/>	hello@eshop-guide.de Customer is tax exempt Has an account
	DEFAULT ADDRESS Add

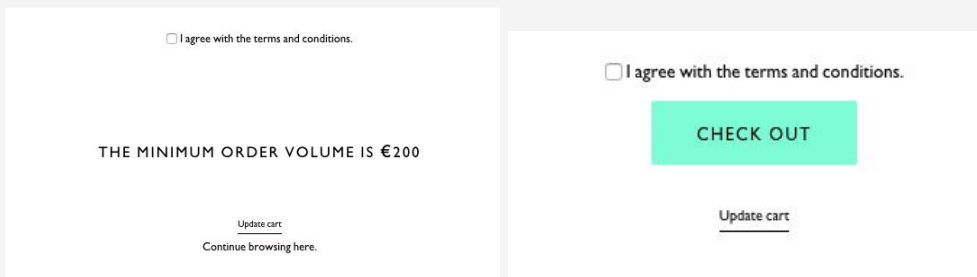
¹ Diese kann auch entsprechend validiert werden.

Da die Produktauswahl für Privat- und Geschäftskunden bei der Werkzeug GmbH identisch ist sieht der Onlineshop auf den ersten Blick für beide Kundenarten gleich aus. Allerdings gewährt die Werkzeug GmbH **Preisnachlässe für Geschäftskunden**, abhängig vom Produkt. Hubert werden entsprechend die vergünstigten Preise angezeigt, solange er mit seinen bei der Registrierung hinterlegten Daten angemeldet bleibt.



Statt also einen Termin mit einem Vertriebler zu vereinbaren, was Hubert Zeit und der Werkzeug GmbH Geld kostet, ist Hubert nun schon mitten im Bestellprozess. Nachdem er seine benötigten Werkzeuge in den Warenkorb gelegt hat geht er weiter zur Kasse.

Um zu vermeiden, dass Hubert nur geringe Mengen zu vergünstigten Preisen bestellt gibt es für Geschäftskunden im Shop der Werkzeug GmbH eine **Mindestbestellmenge**. Wird diese unterschritten, kann Hubert nicht weiter zum Kassensbereich und seine Bestellung abschließen.



In diesem Fall ist die Mindestbestellmenge erreicht, so dass er nun seine Bestelldaten eingeben kann. Die Liefer- und Rechnungsadresse, die Hubert bei der ersten Bestellung eingibt wird direkt zu seiner Kundenkartei hinzugefügt und für das nächste Mal gespeichert.

Da er als steuerbefreiter Kunde registriert wurde beinhaltet seine Bestellung keinerlei Steuern. Nachdem er seine Zahlungs- und Versandart gewählt hat schließt Hubert die Bestellung ab. In

Shopify wird eine neue Bestellung angelegt und **automatisch eine steuerlich korrekte Rechnung erstellt und versendet.**

Der Einsatz ausgewählter Apps und einigen Veränderungen im Theme Code ermöglichen die Abbildung einheitlicher Prozesse für Privat- und Geschäftskunden. Gleichzeitig bleiben alle Möglichkeiten erhalten für Geschäftskundenverkäufe relevante Funktionen, wie eine Mindestabnahmemenge, einzuführen.

Unter diesen Voraussetzungen gibt es genauso wie für Privatkunden Vertrieb- und Marketing zu automatisieren. Die korrekte Segmentierung der Kundenarten und entsprechend gestaltete Kampagnen bieten große Potentiale für Wachstum in beiden Kundenarten. Anders gesagt, die **Vertriebsadministration für Geschäftskunden wird nun automatisiert durch Shopify geregelt.**

Design GmbH: exklusives Händlernetzwerk soll Discounts erhalten

Der Geschäftskundenprozess sollte folgende Merkmale haben:

- Händler können sich "bewerben" und werden erst geprüft
- Vorbestell-/Anfrage Button für Produkte mit geringem Inventar
- Händler erhalten auf alle Produkte den gleichen Rabatt
- Rabatt wird nur bei einer gewissen Mindestabnahmemenge gewährt

Der Boutique Besitzerin Marie sucht nach Teilen für die neue Herbstsaison. Auf Facebook hat sie die Anzeige der Design GmbH gesehen und fand einige der Teile sehr ansprechend. Die Design GmbH produziert in der Regel in kleinen Stückzahlen, um Exklusivität und Qualität zu gewährleisten.

Marie surft durch den Shop der Design GmbH und sieht, dass es in ihrer Stadt noch keinen Laden gibt, der die Design GmbH im Sortiment hat. Sie beschließt einige Teile in ihr Sortiment aufzunehmen. Dazu füllt sie das **Kontaktformular für Verkaufspartner** aus.

WHOLESALE INFO

Interested in selling our products online or in your store?
Please enter your details into the form below and we will contact you with our price list, catalogue, image databank and terms & conditions.

**BECOME A RETAILER /
HANDELSPARTNER WERDEN**

*Required

Email Address / Email Adresse *

Your answer

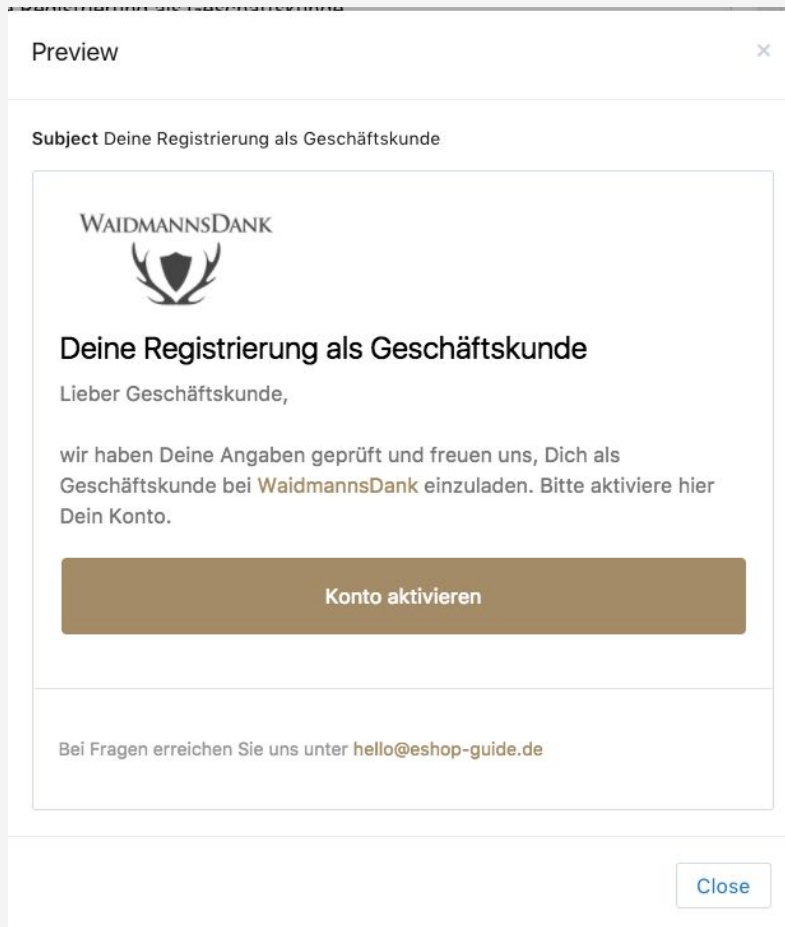
Phone Number / Telefonnummer

Your answer

V.A.T. Number / UsSt. - ID

Your answer

Da die Design GmbH nur begrenzte Mengen produziert möchten sie nur mit **ausgewählten Partnern** arbeiten. Nachdem sie sich vergewissert haben, dass Maries Boutique zur Marke passt, laden sie Marie ein, sich ein **Geschäftskundenkonto** anzulegen.



Marie erhält einen Link zur Registrierung, muss nur noch ein Passwort wählen und ist nun im Geschäftskundenbereich. Die Design GmbH gewährt **für Geschäftskunden 50% Rabatt** auf die Endkundenpreise. Zu ihrem Bedauern muss Marie feststellen, dass es für die meisten Teile nicht mehr genug Inventar gibt, um ihren Bedarf zu decken.

Als Geschäftskunde hat sie jedoch die **Möglichkeit für die kommende Wintersaison vorzubestellen**. Im Gegensatz zu Privatkunden, die diese Möglichkeit nicht haben, kann sie sich so als Verkaufspartnerin ihre **gewünschte Menge "reservieren"**. Einerseits ist es einfach für Geschäftskunden wie Marie zu bestellen, andererseits erhält die Design GmbH so ein wunderbares **Werkzeug zur Produktionsplanung**.

Mit Klick auf "vorbestellen" wird sie darauf hingewiesen, dass die Bestellung in dem Fall im Rahmen der AGB als verbindlich gilt und die Teile innerhalb voraussichtlich in Kalenderwoche 30 eintreffen werden.

Marie akzeptiert die Bedingungen und bestätigt die Vorbestellung. Im Kassenbereich hinterlässt sie seine Liefer- und Rechnungsadresse, die automatisch zu seiner existierenden Kundenkartei beigefügt wird. Die Design GmbH erhält nun eine Bestellung, die mit **"Vorbestellung" markiert** ist.

In der Zwischenzeit erhält Marie eine **Bestellbestätigung**. Sobald die Teile produziert, verpackt und versendet sind erhält sie außerdem eine **Versandbestätigung** mit der Möglichkeit der **Paketverfolgung**.

Durch die Prüfung von Verkaufspartnern kann die Design GmbH sicherstellen, dass auch nur zur Marke passende Geschäfte aufgenommen werden. Die Möglichkeit für Verkaufspartner die nächste Kollektion vorzubestellen ermöglicht einerseits eine genaue Produktionsplanung, andererseits bleibt die Exklusivität für Privatkunden erhalten.

Fazit

Die Unterstützung des B2B Vertriebs durch einen vorhandenen B2C Shopify Store hilft die **Prozesslandschaft zu vereinheitlichen**. Was unspektakulär klingt spart Deinem Unternehmen wertvolle Ressourcen und ist für ein nachhaltiges Wachstum unerlässlich.

Bestellungen, Marketing, Buchhaltung, usw. werden nun deutlich simpler - und somit effizienter. Die Nutzung von Shopify auch für den B2B Vertrieb eröffnet tolle Möglichkeiten zur **Automatisierung**, die Deinem Unternehmen noch mehr Zeit sparen.

Mit den richtigen Erweiterungen Deines Shops werden allen Kunden korrekte Preise angezeigt, **Rechnungen korrekt erstellt, gebucht und versendet**, sowie historische Bestell- und Kundendaten vereinheitlicht.

Die Nutzung der Account Funktion von Shopify zur Identifizierung von B2B Kunden erlaubt nicht nur die beschriebenen Fälle der Werkzeug GmbH und Design GmbH. Die Trennung der Kundenarten erlaubt die Abbildung getrennter Funktionen in einem Shop. **So wirst Du den individuellen Anforderungen Deiner B2B Kunden gerecht.**

Interesse oder Fragen?

Wir beantworten gerne unverbindlich deine Fragen. Erreiche uns per **Skype ('eshopguide')** oder per Mail unter hello@eshop-guide.de. **Mit unserem B2B Workshop kannst du B2B auch in deinen Shop holen.**



Über den Autor



Als ehemaliger Banker liebt **Patrick** seine Zahlen und sein Fokus liegt auf dem Design effizienter Geschäftsprozesse, entweder für mehr Umsatz oder niedrigere Kosten.

Dabei sucht und findet er Ansätze für jede Funktionalität mit Shopify. Seinen umfassenden Erfahrungsschatz setzt er begeistert zur Lösung bekannter und neuer Anforderungen ein.