



So steigern
Sie die
Conversion
Rate **im B2B-**
Commerce

Machen Sie Website-Besucher **zu** treuen Kunden!

Die Conversion Rate zählt zu den wichtigsten KPIs im B2B-Commerce. Sie zu optimieren, ist ein steter Prozess und erfordert mehr als bloß den günstigsten Preis am Markt. Deshalb ist sie Aufgabe nicht nur des Marketing-Teams – auch Digitalstrategen und IT-Verantwortliche können wichtige Beiträge liefern. In unserer Checkliste finden Sie Ansätze, wie Sie die Conversion Rate im Online-Shop steigern und gleichzeitig Ihre Kundenbeziehung intensivieren.

1

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
MARKETING-TEAMS

Steigern Sie mit maßgeschneiderten Angeboten den Umsatz.

Landing Pages sind ideal, um Kunden direkt bei ihren Bedürfnissen abzuholen und Traffic-Ströme in den Shop zu leiten. Sie sind auf eine Kundengruppe zugeschnitten und bewerben ein spezielles Produkt, einen interessanten Use Case oder ein Event. Werden Werbekampagnen intelligent mit Landing Pages verknüpft, steigt der Umsatz des Online-Shops. Nach Angaben von Hubspot steigen die Leads um 55 %, wenn im Online-Shop mehr als zehn Landing Pages im Einsatz sind.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

2

TIPPS FÜR
MARKETING-TEAMS

Führen Sie multivariate Tests durch.

Am Ende entscheidet der Kunde, welche Kommunikation die besten Auswirkungen auf den Umsatz hat. Multivariate Tests stellen eine einfache und kostengünstige Möglichkeit dar, mit echtem Traffic verschiedene Versionen des Shops auf ihre Effektivität zu testen. Hierzu kann eine beliebige Anzahl verschiedener Seitenvarianten jeweils einer Testgruppe zugeordnet werden, um die bestmögliche Version zu bestimmen und die Conversion Rate Schritt für Schritt zu erhöhen.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
MARKETING-TEAMS

3

Setzen Sie auf Personalisierung.

70 % der Unternehmen, die ihre Kunden im B2B personalisiert ansprechen, stellen einen positiven Einfluss auf die Conversion Rate fest. Dank künstlicher Intelligenz können zurückliegende Daten verschiedener Systeme segmentiert und kundenspezifische Produktsortimente, Zusatzangebote im Sinne des Upsellings oder Promotions ergänzend ausgespielt werden. Auch die Rolle des Besuchers im Buying Center ist interessant: Während sich Einkäufer für die kaufmännischen Details interessieren, informieren sich Nutzer in Videos über technische Produktdetails. Je besser man den Kunden kennt, desto maßgeschneiderter kann das Angebot gestaltet werden und desto eher greift er zu.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
DIGITALSTRATEGEN

4

Verbessern Sie die User Experience.

Der erste Eindruck zählt – auch im B2B-Commerce. Eine gute User Experience ist gerade am Anfang der Customer Journey ein entscheidender Faktor für eine hohe Conversion Rate, sprich: dafür, dass aus dem Besucher auch ein Käufer wird. Der Funke muss überspringen, denn die Kaufalternative ist nur einen Mausklick entfernt. Schnelle Ladezeiten und ein intuitives Shop-Design sind daher auch im B2B-Geschäft ein Muss. Einkäufer haben fast dieselben Informations- und Kaufgewohnheiten wie Consumer. Fast – denn der B2B-Einkäufer braucht weniger Emotionalität, aber Übersichtlichkeit und Effizienz. Ein klar strukturierter Katalog und umfangreiche Produktinformationen sind im B2B-Shop genau so entscheidend wie in der B2C-Konsumwelt.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
DIGITALSTRATEGEN

5

Führen Sie Ihre Besucher mit KI schnell zum richtigen Produkt.

Eine Null-Treffer-Seite ist für viele Kunden Anlass genug, die Suche in einem anderen Shop fortzusetzen. Daher muss Ihre Onsite-Suche Synonyme verstehen und auch bei fehlerhaften Eingaben alternative Suchbegriffe und Schreibweisen vorschlagen. Doch das ist erst der Anfang: Die vielfältigen Möglichkeiten der Sprach- und Bildsuche (z. B. für die Ersatzteilbeschaffung) spielen im B2B heute eine ebenso große Rolle wie der Einsatz künstlicher Intelligenz. Denn KI-gestützte Suchergebnisse und Empfehlungen sorgen für personalisierte Nutzererlebnisse, die Ihre Conversion Rate um satte 20 % steigern können! Das Geheimnis ist, alle Datenquellen zu nutzen und das Kaufverhalten Ihrer Website-Besucher zu verstehen.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
DIGITALSTRATEGEN

Vereinfachen Sie die Bestellprozesse.

6

B2B-Kunden verlangen einen schnellen und mühelosen Bestellprozess. Das gelingt mit dem Quick-Order-Formular, über welches nach Eingabe von Produkt-ID und Bestellmenge direkt eine Bestellung erzeugt werden kann. Eine Re-Order ist nichts anderes als die Wiedervorlage des wöchentlichen Einkaufszettels und ermöglicht Bestellungen auf Basis der Bestellhistorie. Im Abonnement wird eine periodisch wiederkehrende, identische Warenliste automatisch bestellt. Der Kunde kann sich bequem auf seine fortlaufenden Bestellungen verlassen und bindet sich langfristig an den Online-Shop. Für den Shop-Betreiber ist das steter, planbarer Umsatz.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
DIGITALSTRATEGEN

Bedienen Sie verschiedene Nutzerrollen individuell.

7

Ein B2B-Online-Shop sollte verschiedene Rollen im Buying Center – vom Einkäufer bis zum Konto-Administrator – abbilden können, um den besonderen Erfordernissen im B2B-Geschäft gerecht zu werden. Die individuelle Rechtevergabe erlaubt einzelnen Mitarbeitern, selbstständig und gemäß ihres Budgets Bestellungen zu tätigen. Gleichzeitig behält der Kostenstellenverantwortliche den Überblick über getätigte Ausgaben. Sollte der Bestellvorgang das Budget überschreiten, kann der Genehmiger die Bestellung ablehnen oder genehmigen und behält so zu jeder Zeit die notwendige Kontrolle über die Ausgaben.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
IT-VERANTWORTLICHE

Nutzen Sie das Potenzial von Progressive Web Apps.

8

50 % aller B2B-Einkäufer suchen mit Mobilgeräten nach Produkten, vergleichen Preise und lesen Produktbeschreibungen – Tendenz steigend. Also muss gewährleistet sein, dass sich die Seiten auch bei mobilem Zugriff schnell und vollständig aufbauen. Progressive Web Apps (PWAs) verbinden das Beste aus klassischer Website und mobiler App. Sie bieten ein ähnliches Nutzererlebnis wie native Applikationen, sind offline verfügbar und zeichnen sich durch eine hohe Performance aus. Außerdem können PWAs ohne Download und Installation via URL aufgerufen und auf dem Startbildschirm verknüpft werden. Im Gegensatz zu nativen Applikationen sind sie von Suchmaschinen indexierbar und gewähren eine hohe Auffindbarkeit des Shops.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
IT-VERANTWORTLICHE

Sorgen Sie mit hervorragenden After-Sales Services für Vertrauen.

9

Nach dem Kauf ist vor dem Kauf. Die überwiegende Mehrheit aller B2B- und B2C-Kunden beendet die Beziehung zu einem Unternehmen aufgrund eines schlechten Services. Ein digitales Kundenportal mit hochindividuellen Services kann als zentraler Kontaktpunkt dienen. Ob technische Unterlagen, Ansprechpartner, individuelle Rahmenverträge, Supportleistungen oder Predictive-Maintenance-Angebote: Sämtliche Aktivitäten im After-Sales-Prozess signalisieren Hilfsbereitschaft und tragen nachweislich zu einer langfristigen, partnerschaftlichen Kundenbeziehung bei.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
IT-VERANTWORTLICHE

Verzahnen Sie Online-Shop und Procurement-System.

10

Für Kunden, die in ihren Einkaufsorganisationen mit professionellen E-Procurement-Systemen arbeiten, ist ein enger Datenaustausch zwischen Online-Shop und Procurement-System ein klarer Vorteil. Die tiefe Verzahnung beider Systeme ermöglicht auf der Kundenseite, direkt aus dem Procurement-System heraus auf den Shop zuzugreifen, zu bestellen und die Daten automatisiert zu übernehmen. Der Datenaustausch der E-Commerce-Plattform mit dem Procurement-System erfolgt auf Basis des Industriestandards OCI (Open Catalogue Interface)-Schnittstelle.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
IT-VERANTWORTLICHE

Nutzen Sie intelligente Nachlieferungsangebote wie Smart Shelf.

11

Das Lager des Kunden automatisch nachbeliefern – das funktioniert mit einem innovativen Regalsystem. In diesem Fall wird eine Nachbestellung ausgelöst, wenn die Ware entnommen wird und der Warenbestand unter einen definierten Mindestbestand sinkt. Ein solches Regalsystem bietet sich sowohl für Verschleißteile als auch für Teile an, die zwar klein und nicht besonders teuer sind, aber ganze Produktionsprozesse zum Stillstand bringen können, wenn sie fehlen. Für Hersteller und Lieferant ist dies der ideale Ansatzpunkt, den Kunden eng an sich zu binden. Mehr noch: Das Regalsystem erzielt eine Conversion von 100 %.

12 Tipps für höhere Conversion Rates

TIPPS FÜR
IT-VERANTWORTLICHE

Sorgen Sie für eine automatisierte Nachbestellung via Scanner-System.

12

Ein ähnliches Prinzip verfolgt die Scanner-Lösung, bei der die Daten aus einem Scanner oder einer Scan-Funktionalität innerhalb einer App direkt in den Shop gespielt werden und eine Bestellung generiert wird. Barcode scannen, Stückzahl eintragen, fertig. Der Nutzen für den Kunden liegt auf der Hand: Die hohe Praktikabilität spart Zeit und Ressourcen. Aus Anbietersicht wird der Kunde langfristig an den Shop gebunden und sorgt für eine konstant hohe und zuverlässige Conversion von bis zu 100 %.

CHECKLISTE



Glückliche Kunden, nachhaltiges Wachstum

Der B2B-Handel ist im Wandel. Die Erwartungen von Einkäufern sind stark von ihren Erfahrungen als B2C-Kunden geprägt. So hat sich ein personalisiertes Shopping-Erlebnis zum wichtigen Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb entwickelt.

Whitepaper herunterladen

Are you **ready**
for a **boost**?

Sehen Sie, was Intershop für Sie tun kann unter www.intershop.de oder kommen Sie gerne auf mich zu!



Isabell Zeitz

marketing@intershop.de