

Die beste Customer Experience gewinnt

Schnell und bequem auf alle Informationen zugreifen können – das erwarten Geschäftskunden von den Kundenportale ihrer Lieferanten. Ebenso wie für Konsument*innen im B2C spielt für sie die Customer Experience (CX) eine entscheidende Rolle. Ein Kundenportal, das in puncto Erlebnisqualität keine Wünsche offenlässt, ist für Unternehmen im B2B also Pflicht. Schließlich ist das Kundenportal die Welt ihrer Unternehmensmarke. Hier dreht sich alles um die Produkte und Services, die sie an andere Unternehmen verkaufen. Damit die Kunden diese Welt begeistert wieder verlassen, sollten die Plattform ihnen ermöglichen, alle Anliegen und Bestellungen als Selfservice an einem Ort zu erledigen. Für die Anbieter geht also darum, Produktinformationen, die Produkte selbst, Ersatzteile, Dokumente, eventuell downloadbare Software, Konfigurationsmöglichkeiten und sämtliche Dienstleistungen entsprechend anzubieten.

Wie wichtig die Customer Experience im B2B ist, bestätigte bereits 2021 das B2BEST Barometer des ECC Köln. In quartalsweise erscheinenden Studien beleuchten die Verantwortlichen dabei die Trends im B2B. Bei der Befragung zum Thema CX bewerteten die Teilnehmer*innen diesen Aspekt als den wichtigsten in der B2B-Geschäftsbeziehung – noch vor dem Produktangebot, dem Preis oder der Servicequalität.

Und wie schaffen Unternehmen Kundenportale mit hervorragender Experience? In der Projektpraxis kommt es hierfür auf zielgerichtetes Arbeiten und das Zusammenführen der richtigen Systeme an. In der SAP Welt, die im B2B weit verbreitet ist, bietet sich hierfür die SAP Commerce Cloud (SAP CC) als zentrales Tool an. Diese stellt als Java-basiertes Entwicklungsframework sowohl standardisierte B2B-Lösungen als auch eine entsprechende Integrationsfähigkeit zur Verfügung. Vor allem aber bietet SAP CC die notwendige Flexibilität, um ein individuelles User Design zu erstellen, sämtliche Funktionen und Tools zentral einzubinden und stabil mit hoher Performance auszuliefern.

Neben den bereits integrierten B2B-typischen Prozessen, etwa das Freigeben von Warenkörben oder die Möglichkeit, kundenspezifische Preise anzuzeigen, können auch weitere SAP Lösungen wie die SAP Service Cloud, die SAP Marketing Cloud und die SAP Sales Cloud für den CRM-Bereich sowie Third-Party-Software wie Content-Management-Systeme (CMS) oder ein Product Information Management (PIM) angebunden werden. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt – was allerdings auch eine steigende Komplexität mit sich bringt.

Dabei gilt: Digitale Vertriebssysteme stehen keinesfalls in Konkurrenz zum klassischen Vertrieb, sondern können diesen – geschickt eingesetzt – unterstützen und beflügeln. Denn da sich das Rollenbild der klassischen Vertriebsmitarbeiter*innen zunehmend von dem eines/einer Verkäufer*in hin zum/zur Berater*in wandelt, wird es umso wichtiger, dass die Kunden alle Produkte und (Self-)Services online konsumieren können.

Frost und Sullivan haben hierzu in der Studie „The State of Self-Service Content Experiences“ ermittelt, dass 81% der Befragten die Antworten auf ihre Fragen lieber in Portalen bekommen als eine*n Service-Mitarbeiter*in zu kontaktieren. Darüber hinaus sind technische Dokumentationen für 99% der Studienteilnehmer*innen das wichtigste beziehungsweise zweitwichtigste Kriterium in ihrem Entscheidungsprozess.

Dies bedeutet also, dass sowohl das Bereitstellen von gutem Product Content extrem wichtig ist als auch die einfache Möglichkeit für Kunden, ihre Anliegen online selbst erledigen oder Anfragen stellen zu können. Somit ist das Zielbild im B2B endgültig klar: Ein Kundenportal für Geschäftskunden, mit dem sie alle Produkte, Informationen und Services komfortabel konsumieren können. Technisch ist das auf Basis der SAP Commerce Cloud, eines PIM-Systems oder mit der Anbindung der SAP Service Cloud sehr gut realisierbar.

Autor: Patrick Ganzmann, digitaler Visionär, Gründer und Geschäftsführer bei valantic. Er bringt seine langjährige Erfahrung aus dem E-Commerce-Bereich als Strategie in vielen verschiedenen Projekten bei Kunden ein.

