

Speed4Trade-Themendossier

B2B-E-Commerce im Kfz-Aftermarket

Speed4Trade hat im Rahmen seiner Trendreportserie ein spezielles Themendossier zum B2B-E-Commerce veröffentlicht. Der Titel lautet „B2B-Commerce – digital, kundennah handeln“. Der Provider für E-Commerce-Software adressiert damit B2B-Verantwortliche und Digital-Trendsetter von Herstellern und Großhändlern des Kfz-Aftermarkts.

Der eindringliche Appell des Dossiers: Im B2B-Commerce führt kein Weg daran vorbei, sich digital aufzustellen. Immenser Kosten- und Effizienzdruck, multiple Krisen und digital-affine Businesskunden sind hier wesentliche Treiber. Woran es Herstellern und Großhändlern jedoch häufig fehlt, sind Zeit, Personal und Know-how. Hier unterstützt das Themendossier, indem es relevante Szenarien und Erfolgsstrategien für digitale Plattformen kompakt bündelt und gleichzeitig intensiv beleuchtet.

Das Dossier befasst sich einerseits mit fünf handfesten Gründen einer notwendigen Digitalstrategie, wie zum Beispiel dem heutigen anspruchsvollen Businesskunden. Um diesem gerecht zu werden, gilt es digitale Prozesse weiter zu beschleunigen. Und dies wird anhand von drei bewährten Strategien einer B2B-Plattform im Kfz-Aftermarket aufgezeigt. So eröffnen sich Herstellern und Händlern mögliche Wege: vom digitalen Produktkatalog als Startpunkt bis hin zum erstklassigen Selfservice-Portal als 24/7-Anlaufstelle für sämtliche Businesskundenanliegen.

Praxisbeispiele und Start-Checkliste setzen Impulse

Die Leser bekommen Zahlen, Daten und Fakten, aber auch sehr praxisnahe Handlungsfelder und Expertentipps serviert. Beschriebene Praxis-Cases geben einen Einblick, welche existierenden B2B-Plattformen im Aftermarket einen effektiven Verwirklichungsansatz spiegeln. Die Praxisbeispiele reichen von der Flottenserviceplattform des Reifenfilialisten bis hin zum Online-Shop des Kfz-Teile-Großhändlers für Werkstätten und Autohäuser. Die Leser können somit filtern, was für das eigene Unternehmen denkbar ist und womit man sich gezielt beschäftigen möchte.

Allen, die sich gerade am Startpunkt eines Digitalisierungsprojekts sehen, gibt Speed4Trade am Ende des Dossiers eine Art Start-Checkliste an die Hand. Diese enthält klärende Fragen u. a. zu Budget, notwendigen Kompetenzen bzw. Ressourcen sowie zur Konzeption eines tragfähigen Plattform-Business.

Das Themendossier bietet auf 39 leicht konsumierbaren Charts eine 360-Grad-Perspektive auf den Wandel, aber auch die vielfältigen Möglichkeiten im B2B-Commerce. Mit visuellen Ankerpunkten u. a. in Form von kompakten Management Keys begegnet Speed4Trade dem häufigen Zeitmangel von Entscheidern.

Das B2B-Themendossier ist online unter www.speed4trade.com erhältlich. ■



„B2B-Commerce – digital, kundennah handeln“: Das neue Themendossier von E-Commerce-Softwareprovider Speed4Trade bündelt relevante B2B-Trends, Szenarien und Erfolgsstrategien digitaler Plattformen im Kfz-Aftermarket.

Abb.: Speed4Trade