

# Was befeuert den B2B E-Commerce?



## B2B-Käufer sind auch nur Konsumenten



- 90%** der Einkäufer in Unternehmen beginnen ihren Einkauf mit einer Online-Suche
- 73%** der B2B-Käufer wünschen sich ein personalisiertes, B2C-ähnliches Einkaufserlebnis
- 77%** der Geschäftskunden würden ohne personalisierte Inhalte keinen Kauf tätigen

## Der B2B Kaufprozess ändert sich

- 90%** der Kaufentscheidungen stehen oftmals schon vor dem Kontakt mit dem Vertrieb fest
- 83%** der B2B-Käufer bevorzugen die Bestellung oder Bezahlung über den digitalen Handel
- 93%** ordnen ihre Kaufentscheidung als Ergebnis einer größeren Unternehmensinitiative ein



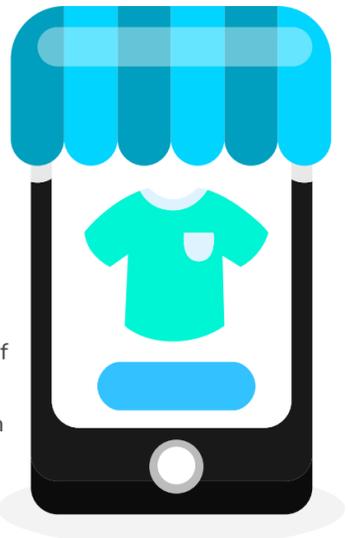
## Digital Natives und Millennials übernehmen das Ruder



- 73%** aller B2B-Kaufentscheidungen werden von Millennials getroffen
- 75%** nutzen soziale Medien, um Kaufentscheidungen zu treffen
- 91%** wünschen sich online mehr Video-Inhalte von Marken

## B2B-Mobile-Commerce ist angekommen

- 50%** aller digitalen B2B-Anzeigen werden auf mobilen Geräten geschaltet
- 80%** der B2B-Einkäufer nutzen mobile Geräte am Arbeitsplatz für Recherche und Einkauf
- 90%** kaufen bei einem herausragenden mobilen Erlebnis wahrscheinlich wieder bei demselben Anbieter



## Prognostizierter Wert des B2B E-Commerce



**USA**  
3,0 Billionen Euro bis 2027



**Germany**  
1,8 Billionen Euro bis 2025



## Die digitale Zukunft von B2B

Alle B2B-Einkäufer sind auch Konsumenten, die an das beste Online-Einkaufserlebnis gewöhnt sind. Diese Einkäufer erwarten von ihren Lieferanten, dass sie in Sachen Service und Auswahl mit den führenden Online-Händlern und Marken mithalten können. Hersteller und Händler, die keine erstklassigen digitalen Einkaufserlebnisse bieten, müssen erkennen, dass ihre Kunden von ihnen erwarten, sie aufholen – und zwar schnell.



### Über Contentserv

Contentserv unterstützt Hersteller, Marken und Händler dabei, eine kontextualisierte und überzeugende Product Experience anzubieten, die ihre Kunden begeistert, die Vermarktung neuer Produkte beschleunigt und den ROI optimiert.