

Whitepaper

B2B-potentieel benutten op de digitale marktplaats

All parts of success

Nieuwe mogelijkheden voor uw digitale business

E-commerce wordt steeds belangrijker in de zakelijke wereld. In het bijzonder online marktplaatsen bieden retailers ideale mogelijkheden om hun producten en diensten te verkopen aan nieuwe klanten.

In deze whitepaper leest u welke kansen dit biedt voor bedrijven en hoe B2C- en B2B-marktplaatsen van elkaar verschillen.

Wat zijn de B2B marktplaatsen?	
Hoe verschillen ze van de B2C-platforms?	5
.....	
Voordelen van digitale marktplaatsen voor de B2B-sector	6
.....	
Voordelen voor leveranciers en fabrikanten van producten en diensten	7
Breid uw bereik uit	
Grotere online aanwezigheid	
Marketing	
Schaalbaarheid	
Testen van nieuwe producten	
Meer inzicht in concurrenten	
Concurrentievoordelen en meer efficiëntie	
.....	
Voordelen voor inkopers	9
Gebruiksvriendelijkheid	
Vergelijkbaarheid	
Efficiënt inkopen	
Veilige betalingen en leveringen	
.....	
Conclusie	11
.....	

B2B marktplaatsen maken deel uit van een snelgroeiende verkoopsector

54% van de ondervraagde Duitse bedrijven zegt dat B2B-marktplaatsen over vijf jaar zeer relevant voor hen zullen zijn

Bron: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1266187/umfrage/kuenftige-bedeutung-von-vertriebskanaelen-im-b2b-handel/>

Terwijl B2C-marktplaatsen al lang een integraal onderdeel vormen van het online shoppen voor particulieren, is ook de B2B-sector bezig met een snelle inhaalslag. B2B-marktplaatsen bieden interessante bedrijfs- en groeimogelijkheden voor een nieuwe, maar ook voor een gevestigde generatie bedrijven, fabrikanten en detailhandelaren.

Het zakelijke aankoopgedrag is in korte tijd drastisch veranderd. Business-to-business online transacties zijn een van de snelst groeiende marktsegmenten voor zowel gevestigde als nieuwe bedrijven. De wereldwijde B2B-markt wordt in 2022 geschat op ongeveer 7,9 miljard USD en zal naar verwachting 33,3 miljard USD bereiken, wat overeenkomt met een groeipercentage van 19,7%. (Bron: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/business-to-business-b2b-e-commerce-market>)

Dit komt deels doordat de werkplek steeds meer naar de huizen van de werknemers verschuift en werknemers kiezen voor digitale oplossingen in plaats van persoonlijke interacties bij aankopen. De Covid-19 pandemie heeft dit proces versneld.

Een andere belangrijke reden voor deze

ontwikkeling is dat e-commerce in de B2B-sector veel nieuwe mogelijkheden en kansen biedt, waaronder toegang tot een groter klantenpotentieel: B2B-transacties vinden immers steeds vaker online plaats. De B2B-markt kan zeker een voorbeeld nemen aan de business-to-customer (B2C) markt als het gaat om groeistrategieën. Leveranciers kunnen klanten snel informeren met nieuws over de beste producten en diensten die beschikbaar zijn, zodat zij op hun beurt de beste items voor hun zakelijke doeleinden kunnen vinden. Kopers, belangrijke spelers en besluitvormers worden ook jonger of zijn al gewend aan online handel uit de particuliere B2C-sector en willen een B2B-optie die daarbij aansluit.

Volgens recent onderzoek is 73% van de millennials verantwoordelijk voor B2B-aankoopbeslissingen. (Source: <https://www.forrester.com/report/Millennial-B2B-Buyers-Come-Of-Age/RES132706>). Velen van hen zijn op zoek naar een betere klantervaring bij het doen van een online aankoop. Ze willen zoveel mogelijk informatie over de producten die ze op de werkplek nodig hebben.

B2B-bedrijven doen er dus goed aan te investeren in e-commerce strategieën. Ook moeten zij ervoor zorgen dat hun websites mobielvriendelijk en gemakkelijk toegankelijk zijn, want naast de computers worden ook steeds vaker smartphones, tablets en andere mobiele apparaten gebruikt om B2B-aankopen te doen. Bedrijven moeten platforms upgraden om het klanten makkelijker te maken om toegang te krijgen tot producten en om hun bestellingen eenvoudig te plaatsen. Extra features zoals het berekenen van toekomstige budgetten en het bekijken van eerdere bestellingen zijn ondertussen bijna een must. Een ruimere keuze aan betalingsmogelijkheden, waaronder vooruitbetaling en betaling op rekening naast bankoverschrijvingen, maakt ook deel uit van de moderne B2B-shopervaring.

Voor veel bedrijven kan het moeilijk zijn om deze verandering van door te voeren. Vooral voor beginnende bedrijven is het een uitdaging om voldoende financiële middelen te hebben om hierin te investeren. Zelfs gevestigde e-commerce retailers zijn op zoek naar nieuwe verkoopkanalen en ma-

nieren om snel te groeien en willen nieuwe klantengroepen bereiken. Een B2B-marktplaats biedt meer dan alleen de infrastructuur voor bedrijven om te netwerken en hun communicatie en bedrijfspraktijken te consolideren. Het stelt hen ook in staat hun gebruikers te ondersteunen met een digitaal platform, tools en diverse e-commerce functies waarmee B2B-bestellingen en transactieprocessen volledig online kunnen worden afgehandeld, vereenvoudigd en gestroomlijnd. Deze en andere voordelen zijn al gerealiseerd door tal van B2B-spelers wereldwijd - de totale omzet van online marktplaatsen werd geschat op 56 miljard dollar, een groei van 130% sinds 2020 ten opzichte van 24,34 miljard dollar. De omzet van B2B-bedrijven groeide 7,3 keer sneller op e-commerce marktplaatsen dan de totale B2B e-commerce omzet. Technische elektronica, gereedschap en diverse kantoorartikelen die via internet en specifiek via dergelijke marktplaatsen worden verkocht, zijn dus erg in trek. In deze whitepaper leggen we graag uit wat B2B-marktplaatsen precies zijn en welke voordelen ze bieden aan fabrikanten, retailers en kopers.



Wat zijn B2B marktplaatsen? Hoe verschillen ze van B2C- platforms?

B2B-marktplaatsen zijn digitale omgevingen die bedrijven in staat stellen met andere organisaties in contact te komen en zaken te doen via één enkel inkoopkanaal. B2B-marktplaatsen verschillen in sommige opzichten niet van hun B2C-tegenhangers. Net als bij typische B2C-marktplaatsen, kunnen bedrijven op B2B-marktplaatsen een breed scala aan producten vinden waaruit ze kunnen kiezen en die ze gemakkelijk online kunnen bestellen of verkopen. Een belangrijk verschil is dat de kopers van goederen en diensten meestal geen particuliere consumenten zijn, maar merken, fabrikanten, leveranciers, groothandelaren en andere bedrijven. Ook de manier van zakendoen verschilt in sommige opzichten. Leveranciers handelen in zeer specifieke producten binnen een of meer niches om aan de behoeften in hun klantensegment te voldoen. Dat kunnen bijvoorbeeld speciale moeren en bouten zijn voor klanten uit de (elektro)industrie of de automotive. Merkfabrikanten proberen ook vaak zelf marktaandeel te verwerven zonder een extra distributeur als tussenpersoon. Een B2B-marktplaats biedt hen de mogelijkheid om dat te doen. Via een marktplaats kunnen zij hun artikelen rechtstreeks aan bestaande of nieuwe klanten verkopen via digitale kanalen of de aandacht trekken van potentieel geïnteresseerde partijen. Dit gebeurt ofwel onder hun eigen merknaam of door het opzetten van een bedrijf dat specifiek verantwoordelijk is voor de verkoop. Een

marktplaats biedt dus enorm veel flexibiliteit en mogelijkheden voor de heroriëntatie en uitbreiding van een bedrijf. De bestellingen zijn meestal groter omdat er vaak grote hoeveelheden gereedschap, losse onderdelen of kantoorapparatuur nodig zijn. Het doel is ook niet noodzakelijk altijd één enkele transactie, maar eerder het aangaan van langdurige klantrelaties. Een ander belangrijk onderscheid met B2C-marktplaatsen is dat bij een B2C-marktplaats een snelle levering cruciaal is, terwijl bij B2B e-commerce de juiste timing belangrijk is. Goederen moeten op tijd aankomen om productieovereenkomsten te voorkomen. Ook mogen ze niet te vroeg worden geleverd, omdat er vaak geen opslagruimte is of omdat een langere opslagtijd extra kosten met zich meebrengt.

Slechts 42% van
de ondervraagde B2B-
bedrijven zegt goed
gepositioneerd te zijn
met betrekking tot
e-commerce

Bron: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1266151/umfrage/einschaetzung-von-b2b-unternehmen-in-bezug-auf-e-commerce/>

Voordelen van digitale marktplaatsen voor de B2B-sector

Een digitale marktplaats biedt voor zowel fabrikanten en detailhandelaren als inkopers de mogelijkheid om bedrijfsprocessen efficiënter te laten lopen en om nieuwe zakelijke relaties aan te gaan met een grote verscheidenheid aan merken.

De totale B2B marktplaats omzet groeide **130 %** op jaarbasis in 2021

B2B marktplaatsen: feiten en cijfers

18% van de Duitse bedrijven gebruikt online marktplaatsen als platform voor webverkoop

Bron: Statista; Share of companies with web sales on online marketplaces in selected countries in Europe in 2021

Voordelen voor leveranciers en fabrikanten van producten en diensten

Zowel gevestigde leveranciers en fabrikanten als nieuwe B2B-bedrijven die zonder hoge drempels de markt willen betreden, kunnen baat hebben bij het gebruik van een marktplaats.

Breid uw bereik uit

Dankzij een B2B-marktplaats kunnen fabrikanten en leveranciers nieuwe partners en klanten vinden in het hele land (zo niet wereldwijd). Contacten leggen en potentieel de verkoop verhogen wordt veel gemakkelijker zonder dat een grote investering nodig is. Een grote verkoopafdeling, die vooral kleine en middelgrote bedrijven zich moeilijk kunnen veroorloven, is niet nodig. Grote, gevestigde leveranciers in de online markt hoeven daarentegen alleen maar op te schalen door zich aan te sluiten op een marktplaats om

extra relevante verkoopkanalen te creëren. Zelfs verkopen over de landsgrenzen heen is eenvoudiger, omdat er geen extra lokale vertegenwoordigers hoeven te worden ingezet in de landen waar klanten zijn gevestigd.

Grotere online aanwezigheid

Met een marktplaats kan de bestaande online aanwezigheid worden uitgebreid, of kan een geheel nieuwe worden ontwikkeld. Zelfs kleine en middelgrote bedrijven met beperkte middelen kunnen snel een eigen account aanmaken. Dit kan een aanvulling zijn op een bestaande eigen webwinkel of als vervanging dienen, waardoor het werk en het geld voor het opzetten van een eigen webshop op het internet worden uitgespaard. Ook hoeven leveranciers zich geen zorgen te maken over zoekmachine optimalisatie en

andere marketingkosten die de online zichtbaarheid vergroten. Bovendien is het voor potentiële klanten veel gemakkelijker om op een B2B-marktplaats aanbieders van niche-producten te vinden in plaats van in een zee van zoekmachineresultaten naar het juiste merk te zoeken.

Marketing

Klassieke marketingkanalen zoals brochures, gedrukte catalogi, beurzen en zakenreizen worden minder noodzakelijk, en wanneer ze worden gebruikt, kunnen ze worden ondersteund door online kanalen voor de promotie van de producten van het bedrijf. Dit leidt tot een enorme kostenbesparing.

Schaalbaarheid

Over het algemeen is het een positieve ontwikkeling voor een bedrijf als er veel belangstelling is van klanten voor haar goederen en diensten. Het aantal bestellingen mag echter nooit de technische mogelijkheden van het bedrijf overstijgen, want dat kan leiden tot bijvoorbeeld IT-storingen wat weer het vertrouwen van klanten aan kan tasten. Een schaalbaar platform is nodig om onverwach-

Volgens een onderzoek uit 2019 ziet 45 % van de respondenten marktplaatsen als een kans voor hun bedrijfs-model business model

Bron: Bitkom; <https://www.onlinemarketing-blog.de/online-marktplaetze-chance-fuer-neue-und-alte-b2b-kunden/>

te pieken en overbelasting op te vangen. Een B2B-marktplaats kan deze schaalbaarheid bieden, zodat leveranciers en fabrikanten de concurrentie een stap voor zijn en zelfs aan zeer hoge klantverwachtingen kunnen voldoen.

Testen van nieuwe producten

Een nieuw product kan door en via een marktplaats snel op de markt worden gebracht. Leveranciers kunnen snel eerlijke en goed geïnformeerde feedback van klanten krijgen zodat ze inzicht krijgen in het succes van een nieuw product.

Meer inzicht in concurrenten

Niet alleen klanten, maar ook leveranciers en fabrikanten kunnen een marktplaats gebruiken om een nuttig overzicht te krijgen van de producten en diensten van concurrenten, deze te vergelijken met hun eigen assortiment en hun eigen assortiment vervolgens te optimaliseren.

Concurrentievoordelen en meer efficiëntie

Gebruikers die de B2B-marktplaats aanboren als aanvullend of zelfs hun enige relevante verkoopkanaal hebben een belangrijke voorsprong op concurrenten die uitsluitend vertrouwen op traditionele ver-

koop- en marketingmethoden. De risico's zijn minimaal en de kosten bestaan slechts uit een gewone lidmaatschapsbijdrage of een commissie. In vergelijking met traditionele bestellingen kunnen producten sneller aan de klant worden geleverd, wordt het aankoopproces versneld en is het transactieproces veel efficiënter.

Voordelen voor inkopers

Inkopers kunnen profiteren van vele voordelen van de B2B-marktplaats om hun inkoopprocessen te vergemakkelijken. Inkoop wordt steeds complexer, dat geldt niet alleen voor grote ondernemingen, maar ook voor kleine en middelgrote ondernemingen en start-ups. Vooral als start-ups efficiënt willen werken en concurrerend willen blij-

ven, hebben zij digitale ondersteuning bij de inkoop nodig. Dit is precies waar e-procurement kan helpen. Het kan vervelende taken automatiseren en de uitwisseling van informatie digitaliseren, waardoor bedrijven zich kunnen concentreren op hun kernactiviteiten en nieuwe bedrijfsinnovaties. Conrad's OCI/PunchOut-, eCatalogue- en Smart Procure-oplossingen bieden inkopers bijvoorbeeld volledige controle over hun aankopen, eenvoudige en snelle goedkeuringsprocessen, connectiviteit op maat en individuele integratie die voor elk bedrijf op maat is gemaakt. Een intuïtief platform zorgt er ook voor dat gewenste producten snel kunnen worden gevonden en vergeleken, dat tal van verschillende goederen van verschillende merken tegelijk kunnen worden besteld en dat klanten snel antwoord krijgen op hun vragen.

15 % van de middelgrote en grote bedrijven zal tegen 2023 eigen marktplaatsen ontwikkelen

Gebruiksvriendelijkheid

Het gebruik van een marktplaats is eenvoudig en intuïtief voor zowel fabrikanten, leveranciers als inkopers. Ze kunnen snel de nicheproducten vinden en ze hebben daarnaast toegang tot een groot aantal potentiële nieuwe leveranciers, zowel lokaal als internationaal.

Vergelijkbaarheid

Klanten hebben de mogelijkheid om technische gegevens, andere klantbeoordelingen en prijzen uitgebreid te onderzoeken op een B2B-marktplaats voordat zij een product bestellen. Ze kunnen producten vinden die qua kleur, grootte en afmetingen het beste overeenkomen met hun gewenste productkenmerken, en zelfs leveringsvoorwaarden en verzendkosten vergelijken om het product te vinden dat het beste past bij hun individuele behoeften.

Efficiënt inkopen

Klanten hoeven niet langer meerdere websites te bezoeken om verschillende specialistische producten bestellen. In plaats

daarvan kunnen zij meerdere producten van verschillende fabrikanten op één platform bestellen. Dit bespaart veel tijd en kosten.

Veilige betalingen en leveringen

Online marktplaatsen zijn al wettelijk verplicht om klantgegevens alleen voor commerciële doeleinden te gebruiken (dit geldt ook voor gegevens die door derden worden gegenereerd). Betalingen kunnen eenvoudig, veilig en snel worden verricht met een betaalmethode naar keuze, en leveringen kunnen altijd worden gevolgd dankzij automatische leveringsupdates, zodat klanten altijd op de hoogte zijn van hun bestellingen.

**70 % van deze
nieuwe marktplaatsen
zullen zich ook
bezighouden met
B2B-handel**

Bron: <https://oroinc.com/de/b2b-marktplatz/marktplatz-report-gartner-2021/>



Conclusie

Ook in de B2B-sector neemt de digitale inkoop van producten en diensten flink toe. Bijna geen enkel bedrijf in deze sector kan het zich veroorloven deze ontwikkeling te missen. De meeste klanten kiezen vaak voor handigere, snellere en efficiëntere manieren om kantoorbenodigdheden en technologische producten in de vorm van computers, monitoren, printers, scanners, gereedschap, componenten en meer aan te schaffen.

B2B-bedrijven moeten deze verandering in de sector zien als een kans om nieuwe verkoopkanalen aan te boren en nieuwe klanten te winnen. Een B2B-marktplaats die aan alle noodzakelijke eisen en infras-

tractuur voldoet, kan hen daarbij helpen. Digitale marktplaatsen zorgen ervoor dat fabrikanten en leveranciers op betrouwbare wijze handel kunnen drijven en dat zelfs kleine tot middelgrote bedrijven potentieel grote klanten kunnen bereiken zonder de traditionele marketingkanalen te moeten doorlopen of eerst langdurige relaties te moeten opbouwen. Op een dergelijke marktplaats hebben kopers rechtstreeks toegang tot alle nodige informatie, kunnen zij vergelijkingen maken en op basis van harde gegevens een beslissing nemen over het aanbod dat hen het beste past. Dit garandeert niet alleen bedrijfsgroei en zekere verkoop, maar ook eerlijke concurrentie.



Klaar voor een verkoopboost?

De laatste jaren is e-commerce steeds belangrijker geworden. Hoe kunt u profiteren van deze ontwikkeling? Maak kennis met de Conrad Marktplaats.

<https://www.conrad.nl/marktplaats>