

# DIE NÄCHSTE INDUSTRIELLE REVOLUTION

Wie Digitalisierung und globaler Online Handel das B2B Geschäft verändern

DHL Express & Cranfield University White Paper

Ralf Schweighöfer, CEO DHL Express Austria

21. Juni, 2018



## Das White Paper im Überblick

- eCommerce verändert B2B
- eCommerce erlaubt es B2B Unternehmen neue Umsatzquellen zu erschliessen
- Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen diese agiler, flexibler und ansprechbarer werden
- Ein B2B eCommerce Angebot besteht aus 5 Elementen
- Um Innovationsführer zu werden, müssen eine Reihe von Features angepasst werden

# B2B und B2C unterscheiden sich

---

## B2C

- Einkaufsentscheidung erfolgt durch Einzelperson
- Häufig kleine, Einmal-Einkäufe mit niedrigem Warenwert
- Hoher Anteil an adhoc Kundenbeziehungen
- Ein einheitlicher Produktkatalog
- Vorkasse



© DHL Express 2018

## B2B

- Einkaufsentscheidung komplex, langwierig und unter Beteiligung verschiedener Abteilungen
- Transaktionen sind in der Regel zahlreich, häufig und hochwertig
- Langfristige Kundenbindung
- Massgeschneiderter Produktkatalog
- Zahlung auf Rechnung

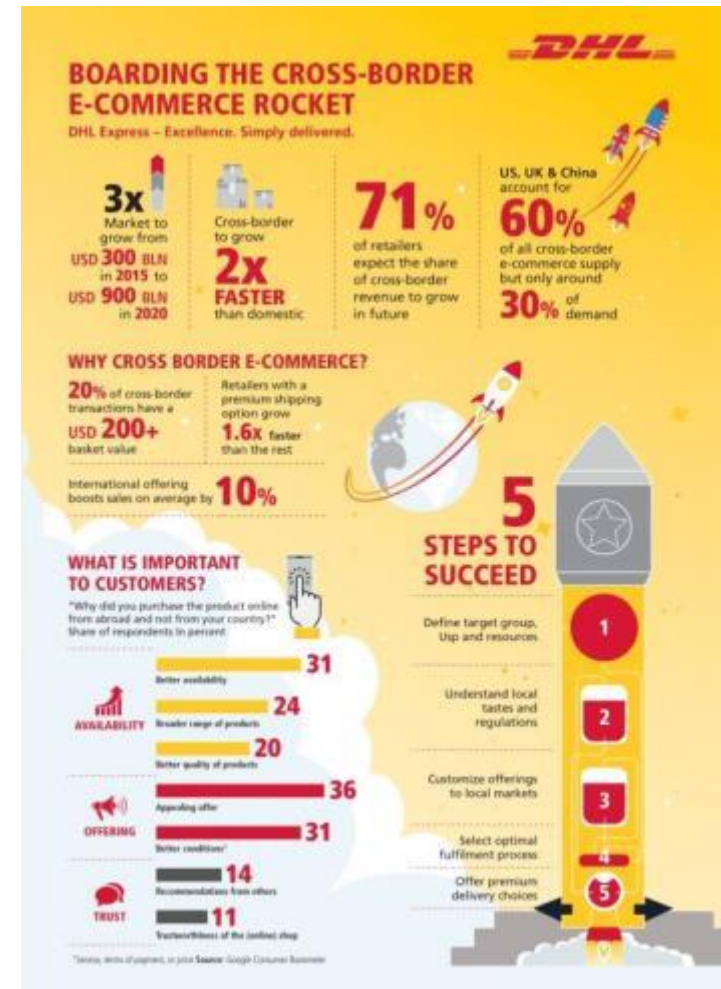


© DHL Express 2018

# B2C wurde durch eCommerce revolutioniert

## Grenzüberschreitender Online Handel ist eine der am schnellsten wachsenden Geschäftschancen im Einzelhandel laut einer DHL Studie

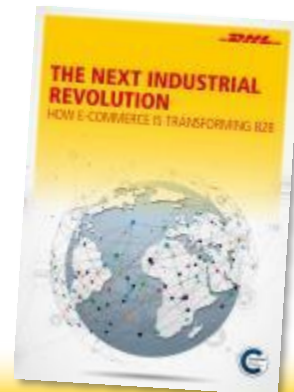
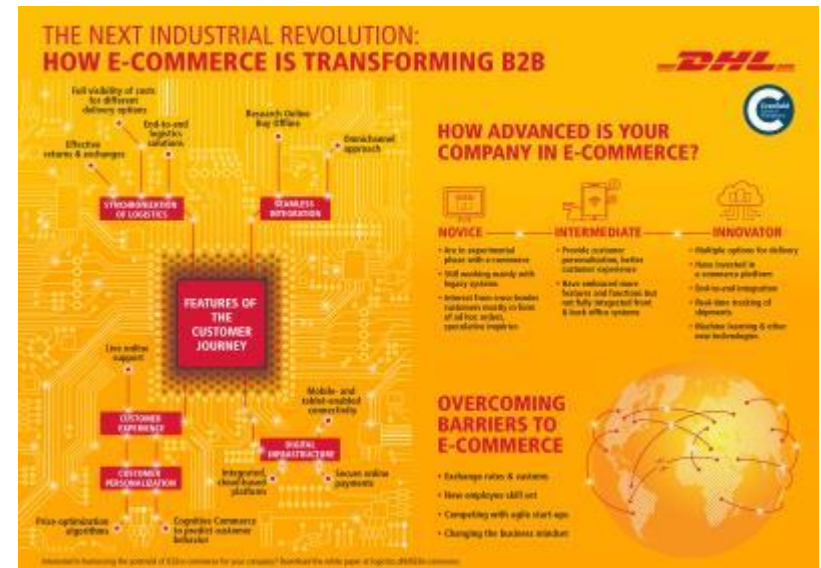
- Grenzüberschreitender Online Handel soll doppelt so schnell wachsen wie nationaler Online Handel bis 2020 (CAGR: 25%)
- Online Händler können 60% schneller wachsen, wenn sie eine Premium Versandoption anbieten
- DHL Express CEO Ken Allen: "'Going Global' und 'Going Premium' ist eine Riesenchance für Einzelhändler in allen Märkten."



# Nun erfolgt die nächste Industrielle Revolution im B2B

## Grenzüberschreitender Online Handel wird gerade von einer wachsenden Anzahl von B2B Unternehmen übernommen

- Forrester Research schätzt, dass der grenzüberschreitende B2B Online Handel bis 2021 ein Volumen von 1,2 Billionen US Dollar erreichen wird
- DHL Express CEO Ken Allen: “Grenzüberschreitender B2B Online Handel hat das Potential mit hoher Geschwindigkeit zu wachsen; das DHL Express Netzwerk kann dieses Geschäft auf der ganzen Welt ermöglichen.”



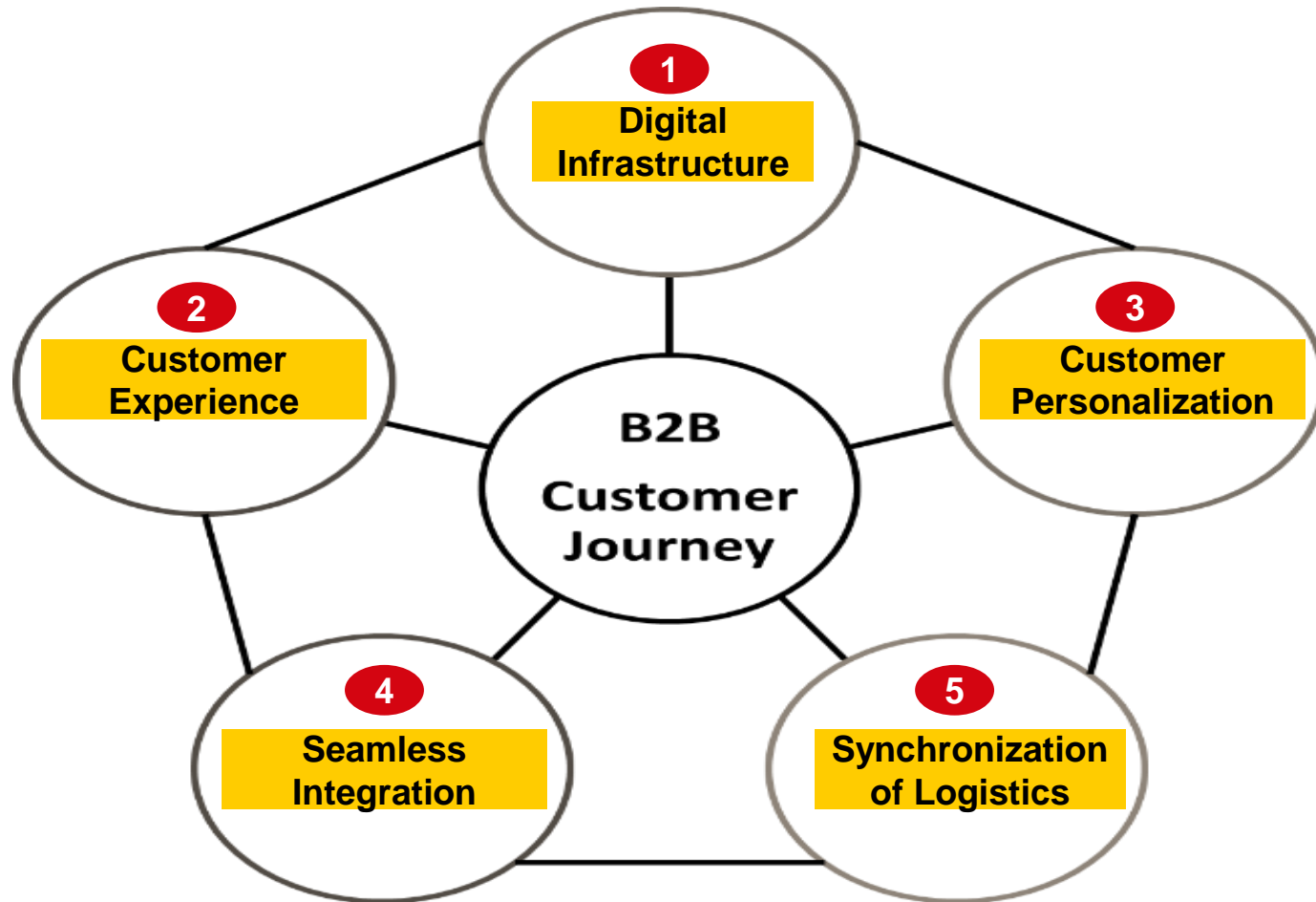
## Es gibt enorme Wachstumschancen im grenzüberschreitenden B2B Online Handel

---

- **Beschleunigen Sie Ihren Order-to-Delivery Kreislauf**
- **Verwandeln Sie Adhoc Bedarf auf der ganzen Welt in regelmässigen Umsatz**
- **Reduzieren Sie Ihre Kosten durch höhere Effizienz und besserer Qualität**
- **Generieren Sie differenzierte und personalisierte Angebote für verschiedene Kundensegmente**

# So sollte Ihr grenzüberschreitendes eCommerce Angebot aufgebaut sein

---



# So sollte Ihr grenzüberschreitendes eCommerce Angebot aufgebaut sein

---

## 1 Digital Infrastructure

Digitale Anbindung aller Geschäftsprozesse

## 2 Customer Experience

'Amazon-like' online shopping experience

## 3 Customer Personalization

Massgeschneiderte Angebote für jeden Kunden

## 4 Seamless Integration

Leichte Erreichbarkeit über verschiedene Kanäle

## 5 Synchronization of Logistics

Erfüllung unterschiedlicher Kundenerwartungen durch eine schnelle, flexible Logistik



Herausforderungen: Wechselkurse & Verzollung; neue Anforderungen an Mitarbeiter in puncto Kultur/Mindset, Konkurrenz von agilen Startups





**DOWNLOAD THE WHITE PAPER  
& OTHER RELATED MATERIALS  
TODAY**

**[WWW.LOGISTICS.DHL/B2BE-COMMERCE](http://WWW.LOGISTICS.DHL/B2BE-COMMERCE)**



# Examples of essential features

---

1

## Digital Infrastructure

- E-procurement portal
- SEO
- Data analytics & business intelligence
- Data protection & security
- Social media presence
- Machine learning
- Artificial Intelligence

2

## Customer Experience

- Simple & powerful search engine
- Mega menus
- Detailed product catalogs
- Video libraries
- Online support team
- Online tracking

3

## Customer Personalization

- CRM features
- Favorites / frequent purchases list
- Cross-selling options
- Price optimization
- Dynamic pricing
- Product customization
- Configure-price-quote
- Commercial credit

4

## Seamless Integration

- Omni-channel touch points
- Web rooming (look online, buy in store)
- Click & collect options
- Ship from store options
- Focus on last-mile delivery
- Focus on customer experience

5

## Synchronization of Logistics

- Cross-border shipping management
- Differentiated shipping options
- Flexible returns & cancellation policy
- Quotation services for transport
- Delivery window options
- Loss & damage protection

# The journey from 'Novice' to 'Innovator'



**Novice**



**Intermediate**



**Innovator**

## Characteristics

- Limited adoption of e-commerce technologies
- Frequent use of legacy systems
- Usually, ad hoc interest from overseas customers

- More functions & features
- Customer personalization & better customer experience
- Not yet fully integrated front & back end

- State-of-the-art e-commerce platform
- End-to-end integration
- Multiple delivery options, with real-time tracking

## Example features

- Transparent pricing
- Interactive & detailed product content
- Secure online payments
- Multiple device-enabled website

- Search Engine Optimization
- Customized functionality for key customers
- Social media presence
- CRM features
- Click & collect

- Dynamic pricing
- Website tutorials
- Cross-border shipping management
- Virtual Reality
- Machine Learning
- Artificial Intelligence

## Quick Tips

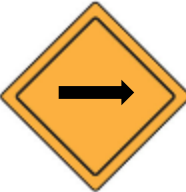
---



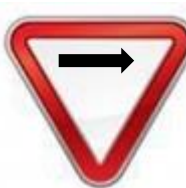
Consider agile, customer-focused supply chain strategies followed by retailers



Ensure the right, digitally-oriented mindset from management down throughout the organization



Focus on customer experience, with insights, customized offerings, responsiveness, omni-channel options and online support



Include international express delivery options to convert ad hoc, low volume and premium demand from around the world