



**Checkliste
B2B E-Commerce
Replatforming**

Einführung

Ihr Entschluss, die E-Commerce-Plattform zu wechseln, steht? Gründe, das Shopsystem zu wechseln, gibt es reichlich. Doch Voraussetzung für den Online-Erfolg Ihres Unternehmens ist immer eine Plattform, die Ihre Geschäftsbedürfnisse erfüllt.

Diesen Guide haben unsere Experten für E-Commerce-Projekte, Vertrieb und Kundenerfolg für Sie zusammengestellt. Er enthält alle Informationen, mit denen Sie Ihr Unternehmen online zum Erfolg führen können. Um Sie bei Ihrem Projekt zu begleiten, haben wir 3 Checklisten zum Abhaken und Ausfüllen sowie kostenlose Vorlagen und Beispiele erarbeitet. Die Checklisten wurden speziell für B2B-Unternehmen erstellt, um die gesamte Komplexität von B2B-Einkäufen und damit von B2B E-Commerce berücksichtigen zu können.

Was sind die Inhalte?

→ E-Commerce-Replatforming Checkliste	3
→ E-Commerce-Projekt Checkliste	6
→ Checkliste: 8 häufige, aber überwindbare Hürden beim Shopwechsel	7
→ Gratisvorlagen für Ihr E-Commerce-Projekt	9
→ Replatforming-Storys anderer B2B-Unternehmen	10



E-Commerce-Replatforming Checkliste

Mit der richtigen Planung steht erfolgreichem E-Commerce-Replatforming nichts mehr im Weg! Füllen Sie die folgende Checkliste aus, um sich bestmöglich auf Ihr Projekt vorzubereiten.

1. Ermitteln Sie, was verbessert werden soll.

Wenn Sie über einen Wechsel der E-Commerce-Plattform nachdenken, hat Ihre derzeitige Plattform Schwächen, die Sie ausmerzen möchten. Ermitteln Sie hierfür zunächst aktuelle Probleme und Verbesserungsmöglichkeiten.

Was ist der Hauptgrund für Ihren Wechsel des Shopsystems?

- Senken der Wartungskosten
- Verbessern der Effizienz
- Bessere Skalierbarkeit
- Verbessern der Customer Experience
- Mehr B2B-spezifische Funktionen Sonstige

Listen Sie Probleme und Opportunity Areas nach ihrer Priorität auf. Dies sollten Ihre Replatforming-Ziele werden:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2. Legen Sie fest, was Sie beibehalten möchten.

Wer längere Zeit eine E-Commerce-Plattform genutzt hat, weiß oft direkt, was er nicht will. Doch es gilt auch die Pluspunkte der aktuellen Lösung, die man behalten möchte, zu benennen. Welche Funktionen bieten Ihnen und Ihren Kunden einen echten Mehrwert?

Auf welche Features und Funktionen Ihres jetzigen Webshops können Sie nicht verzichten (Ihre Must-haves)?
Listen Sie sie hier auf, die wichtigsten zuerst:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

3. Bewerten Sie die übrigen Funktionen.

Ein Replatforming-Projekt ist die perfekte Gelegenheit für eine Neubewertung Ihrer derzeitigen E-Commerce-Features. Nachdem Sie Ihre Must-haves nun kennen, ordnen Sie die übrigen Features einer der folgenden Kategorien zu.

Nice-to-haves: Features, die zwar gut funktionieren, aber keinen echten Mehrwert bieten.

Verzichtbar: Features, die keiner nutzt oder von denen Sie bereits wissen, dass sie nicht funktionieren.

Liste Ihrer Must-haves:

Liste Ihrer verzichtbaren Features:

4. Finden Sie den richtigen E-Commerce-Anbieter für Ihr Unternehmen.

Jetzt ist es an der Zeit, um ausgestattet mit den obigen Erkenntnissen und Ihrer Liste von Anforderungen E-Commerce-Anbieter anzuschreiben, um die perfekte Software zu finden.

Aber nehmen Sie nicht nur potentiell interessante Plattformen und deren Features ins Visier. Bei der Wahl des E-Commerce-Anbieters und -Partners sollten Sie noch auf weitere Faktoren achten, damit die gewählte Lösung am Ende auch in den breiteren Kontext Ihres Unternehmens passt.

Berücksichtigen Sie beim Vergleich der E-Commerce-Anbieter die folgenden Punkte:

- Out-of-the-Box E-Commerce-Software: Wessen Standardlösung passt am besten zu den oben definierten Anforderungen?
- Systemintegration: Passt die E-Commerce-Lösung zu Ihrem aktuellen Tech Stack?
- E-Commerce-Kosten: Wie schneiden die Lösungsanbieter im finanziellen Vergleich ab?
- Time-to-Market: Wie schnell können die Provider Ihren Webshop lancieren?
- Relevante Erfahrung und Track-Record: Haben die E-Commerce-Anbieter das Know-how, das Sie benötigen?
- Culture Fit: Welcher E-Commerce-Lösungsanbieter ist der beste Partner?
- Support-Möglichkeiten: Welchen Support und welches Produktraining bieten die Provider?

Nehmen Sie 3 bis 5 Anbieter in die engere Wahl und senden Sie ihnen eine strukturierte Angebotsanfrage (RFP). Vergleichen Sie die Antworten eingehend. Downloaden Sie hierfür einfach unsere [B2B E-Commerce RFP-Vorlage](#) für alle wichtigen Fragen und mit dem praktischen Anbieter-Bewertungssystem.

5. Planen Sie die nötigen Ressourcen für zwei Webshops ein.

Während des Replatforming-Projekts werden Ihre Teams fast doppelt so viel Arbeit haben. Zum einen muss der neue Webshop implementiert werden, zum anderen benötigt aber auch der bisherige Webshop noch Pflege, denn Ihre Kunden shoppen weiter.

Wer arbeitet an welchem Projekt? Welche zusätzlichen Ressourcen können Sie Ihrem Projekt zuweisen? Bzw. wie lässt sich die aktuelle Arbeitslast neu strukturieren, damit sich Ihr E-Commerce-Team ganz auf das neue Projekt konzentrieren kann? Planen Sie Ihre Ressourcen:

6. Bereiten Sie Ihre Daten für die Migration vor.

Stellen Sie sicher, dass der Content Ihres bisherigen Webshops korrekt gespeichert ist, um ihn in Ihrer neuen E-Commerce-Plattform wiederzuverwenden. Jedes System funktioniert anders. Fragen Sie daher Ihren Provider, welche Voraussetzungen für die neue Plattform gelten.

Stellen Sie Ihrem neuen E-Commerce-Anbieter die folgenden Fragen:

- Wie sollen wir unseren Content formatieren?
- Stehen Vorlagen zur Verfügung?

Bereiten Sie anschließend Ihre Daten zur Migration vor:

- Prüfen Sie, wo all Ihre Daten gespeichert sind.
- Bereinigen Sie Ihre Daten: Verbessert das Löschen, Ersetzen oder Hinzufügen von Dingen die Datenqualität?
- Formatieren Sie den Content entsprechend den Vorgaben des neuen Providers.

E-Commerce-Projekt Checkliste

Benötigen Sie eine kleine Auffrischung zur erfolgreichen Umsetzung eines E-Commerce-Projekts? Oder waren Sie gar nicht dabei, als der jetzige Webshop Ihres Unternehmens implementiert wurde? Arbeiten Sie diese 10 Schritte ab, damit Ihr E-Commerce-Projekt zum Erfolg wird:

- ✓ **Definieren Sie Ihre E-Commerce-Ziele**
- ✓ **Konzentrieren Sie sich auf die Bedürfnisse Ihrer B2B-Kunden**
- ✓ **Stellen Sie ein erfolgreiches E-Commerce-Projektteam zusammen**
- ✓ **Kommunizieren Sie Ihre E-Commerce-Pläne und stimmen Sie sie intern ab**
- ✓ **Präzisieren Sie die Anforderungen an Ihr E-Commerce-Produkt (MVP)**
- ✓ **Bereiten Sie Daten und Content für Ihre E-Commerce-Website vor**
- ✓ **Erstellen Sie einen Zeitrahmen für Ihr E-Commerce-Projekt**
- ✓ **Kalkulieren Sie das richtige Budget für die Implementierung und Pflege Ihrer E-Commerce-Website**
- ✓ **Machen Sie sich die Projekterfahrung Ihres E-Commerce-Anbieters zunutze**
- ✓ **Der Sprung ins kalte Wasser: Gehen Sie mit Ihrer E-Commerce-Website live**

Näheres zu jedem der Schritte lesen Sie in unserem Blogbeitrag: [In 10 Schritten zur erfolgreichen B2B-E-Commerce-Implementierung.](#)



Checkliste: 8 häufige, aber überwindbare Hürden beim Shopwechsel

Die Hauptzutat unseres Rezepts für eine erfolgreiche Implementierung ist die umfassende Erfahrung von Sana Commerce mit E-Commerce-Implementierungen. Und wir wissen auch, was ein Projekt verzögern, erschweren und scheitern lassen kann. Hier sind einige Do's und Don'ts unserer Experten, damit Ihr Projekt reibungslos verläuft.

- Don't: Wechseln Sie den Shop nicht aus den falschen Gründen.** Ist das Problem die derzeitige Plattform? Oder liegt es an den internen Prozessen oder vielleicht an Ihrem E-Commerce-Partner? Stellen Sie sicher, dass die Wurzel des Problems, das Sie lösen wollen, in der Plattform liegt, und nicht irgendwo anders.
- Don't: Seien Sie nicht zu streng in Bezug auf alte Funktionen und Merkmale, die auch Ihre neue Plattform haben soll.** Jede Software ist anders aufgebaut. Bei Replatforming gilt es daher, flexibel zu sein und zu überlegen, wie groß der Mehrwert eines Features ist – um das Beste aus Ihrer neuen Plattform zu machen.
- Do: Planen Sie genügend Ressourcen ein.** Während des Projekts werden Sie gleichzeitig mit der Implementierung des neuen Webshops den alten Webshop am Laufen halten müssen. Letzterer wird dann häufig vernachlässigt, da alle sich auf die neue Plattform konzentrieren. Damit Sie sich möglichst nur kurz um zwei Webshops gleichzeitig kümmern müssen, empfehlen wir einen Anbieter mit der Möglichkeit einer schnellen Implementierung.
- Don't: Versuchen Sie nicht, alle bisherigen E-Commerce-Probleme gleich im ersten Release der neuen Plattform zu beheben.** Konzentrieren Sie sich zunächst auf Ihre Must-haves: die Funktionen, die Ihnen und Ihren Kunden einen echten Mehrwert bieten. Erst danach sollten Sie, wenn Zeit und Budget es erlauben, über zusätzliche Nice-to-haves nachdenken. Der Versuch, alles auf einmal zu verbessern, führt nur zu Verzögerungen beim Livegang Ihrer neuen Plattform.

- Don't: Bereiten Sie keine Daten für die Migration vor, bevor Sie dies mit dem neuen Anbieter besprochen haben.** Sonst investieren Sie ggf. viel Zeit in das Formatieren der Daten in ein unbrauchbares Format.

- Don't: Nutzen Sie Ihre E-Commerce-Plattform nicht als Datenspeicher** oder Produkt-Management-System. Hierfür gibt es spezielle Systeme wie ERP und PIM-Lösungen. Setzen Sie Ihre E-Commerce-Plattform stattdessen für Marketing- und Verkaufsdienstleistungen ein. Vermeiden Sie das Duplizieren von Daten und das damit verbundene Fehlerrisiko, indem Sie sich auf eine Datenbank beschränken.

- Do: Wählen Sie eine E-Commerce-Plattform, die mit Ihrem Unternehmen wächst.** Ist die Lösung zu starr, um mit dem Unternehmenswachstum Schritt zu halten, oder sind die nötigen Entwicklungen zu kostspielig und komplex, steht das nächste Replatforming schneller ins Haus, als Ihnen lieb ist. Alternativ empfehlen wir einen Anbieter mit SaaS-Lösung für automatische Webshop-Upgrades.

- Don't: Haben Sie keine Angst, nach dem Start eines Replatforming-Projekts die Richtung zu wechseln.** Haben Sie einmal in ein Projekt investiert, fällt die Entscheidung schwer, abzubrechen und auf die Suche nach einem neuen Anbieter zu gehen. Profitieren Sie jedoch langfristig von einem Anbieterwechsel, sollten Sie ihn ernsthaft in Erwägung ziehen. Erfahren Sie, wie man bei Moto Direct damit umging: zur Story.

Gratisvorlagen für Ihr E-Commerce-Projekt

Auf der Suche nach mehr Support und Beratung für Ihr E-Commerce Replatforming-Projekt? Wir haben für Sie die folgenden kostenlosen Vorlagen erstellt, um Sie bei Ihrem Projekt zu unterstützen. Die ersten drei Vorlagen sind als Excel-Tabellen verfügbar, damit Sie sie bei Bedarf einfach ändern und wiederverwenden können.



B2B E-Commerce RFP-Vorlage:

Nutzen Sie unsere Vorlage zur E-Commerce-Angebotsanfrage (Request-for-proposal, kurz: RFP) und das praktische Bewertungssystem zum Vergleich von B2B-E-Commerce-Lösungen und -Anbietern. Eine RFP standardisiert Ihre Bewertungskriterien für Anbieter: Vergleichen Sie verschiedene Anbieter einfach, indem Sie ihnen dieselben Fragen stellen – ganz ohne störendes Verkaufsgeplänkel.

[Vorlage downloaden →](#)



E-Commerce ROI-Rechner:

Kalkulieren Sie die geplanten E-Commerce-Einnahmen und Kosteneinsparungen mit unserem ROI-Rechner, um damit ein E-Commerce-Szenario zu erstellen.

[Ausprobieren →](#)



Vorlage und Beispiele für E-Commerce User Storys:

User Storys helfen dabei, potenzielle Customer Journeys Ihrer Kunden auf der Website in konkrete Schritte zu untergliedern. Anhand dessen entscheiden Sie anschließend über Funktionalitäten und Design Ihres Webshops. Speichern Sie die Vorlage mit Schritt-für-Schritt-Anleitung und Beispielen dazu, wie Sie User Storys für Ihre E-Commerce-Website erstellen.

[Vorlage downloaden →](#)



4 Schritte, wie Sie interne Stakeholder überzeugen – PP-Vorlage:

Nutzen Sie bei unternehmensinternem Widerstand gegen E-Commerce unsere kostenlose PowerPoint (PP)-Vorlage, um interne Stakeholder von den Vorteilen einer B2B E-Commerce-Lösung zu überzeugen.

[Vorlage downloaden →](#)

Replatforming-Storys anderer B2B-Unternehmen

Die folgenden B2B-Unternehmen haben selbst ein oder mehrere E-Commerce Replatforming-Projekte hinter sich gebracht. Erfahren Sie in den Storys die Gründe für den Wechsel, finden Sie heraus, welche E-Commerce-Anforderungen auf der Checkliste standen und welche Hindernisse sich unterwegs ergaben – und holen Sie sich Denkanstöße für Ihr Projekt!

Wie Moto Direct seine TCO um 27 % senkte

Entdecken Sie, wie Moto Direct mitten im Replatforming-Projekt den E-Commerce-Anbieter wechselte. Als Kundenerlebnis, B2B-Features und Betriebskosten des neuen Webshops den Anforderungen des Unternehmens einfach nicht gerecht wurden, stand der Hersteller und Vertreiber von Motorradbekleidung vor einer schwierigen Entscheidung.

[Zur ganzen Story →](#)

Wie Hummert International seine Neuabschlüsse um 25 % steigerte

Vergleichen Sie Ihre Checkliste mit Replatforming-Anforderungen mit der von Hummert International. Als immer mehr Kunden den alten Webshop boykottierten, suchte der weltweite Lieferant für Gartenbedarf mit Sitz in den USA nach einem neuen Anbieter und stellte dabei die Kundenorientierung in den Mittelpunkt.

[Zur ganzen Story →](#)

Wie Ideal Protein sein Wachstum mit optimierten Prozessen beschleunigte

Die alte E-Commerce-Lösung von Ideal Protein war eine große Herausforderung für die Effizienz und Arbeitslast. Die Gesundheits- und Wellness-Marke war daher auf der Suche nach einer Lösung, die helfen sollte, ihr Geschäft zu skalieren und das Wachstum dank optimierter Prozesse zu beschleunigen.

[Zur ganzen Story →](#)

Wie Fastparts seine Effizienz verbesserte

Erfahren Sie, welche Hürden – wie manuelle Datensynchronisierung und fehlende B2B-Merkmale – Fastparts zu überwinden hatte, nachdem das Unternehmen bereits zwei verschiedene E-Commerce-Plattformen getestet hatte. Außerdem spricht der Ersatzteilhändler über Zukunftspläne mit der passenden Lösung.

[Zur ganzen Story →](#)

Stellen Sie sich vor, Sie profitieren von ...

- Geringen E-Commerce TCO und einfacher Wartung
- Einer skalierbaren Plattform
- E-Commerce speziell für B2B-Unternehmen und –Kunden
- Schneller Implementierung

Wie? Indem Sie Ihr SAP oder Microsoft Dynamics ERP und Ihren E-Commerce zu einer Einheit machen. Dadurch entfallen die Systemsilos, unnötige Komplexitäten und Kompromisse, die durch gängige E-Commerce-Lösungen verursacht werden.

Entdecken Sie alle >40 Vorteile von ERP-Integration.

Ein Blick lohnt sich, oder? Planen Sie ein kostenloses Beratungsgespräch mit einem unserer E-Commerce-Experten: für eine Bewertung Ihres derzeitigen Webshops und um mehr über die Vorteile von ERP-integriertem E-Commerce für Ihr Unternehmen zu erfahren.



**Kostenlose
Telefonberatung buchen**





Über Sana Commerce

Sana Commerce ist eine E-Commerce-Plattform, die Herstellern, Distributoren und Großhändlern hilft, durch die Förderung langlebiger und zuverlässiger Kundenbeziehungen erfolgreich zu sein.

Wie? Indem Sie Ihr SAP oder Microsoft Dynamics ERP und Ihren E-Commerce zu einer Einheit machen. Dadurch entfallen die Systemsilos, unnötige Komplexitäten und Kompromisse, die durch gängige E-Commerce-Lösungen verursacht werden.

Stattdessen erschließt unser Ansatz 3 Hauptvorteile, die es Ihnen ermöglichen, dauerhafte Beziehungen zu Ihren Kunden aufzubauen:

- **Absolute Kundenzufriedenheit:** Geben Sie Ihre Kunden mehr Freiheit mit personalisiertem Self-Service und vollständiger Transparenz.
- **Verlässlichkeit ohne Kompromisse:** Eliminieren Sie Fehler und Verzögerungen! Bieten Sie ein Online-Erlebnis, auf das sich Ihre Kunden immer verlassen können.
- **Stetige Weiterentwicklung:** Passen Sie Ihr Unternehmen schnell und einfach an die sich entwickelnden Bedürfnisse Ihrer Kunden an und übertreffen Sie diese.

Sana Commerce ist ein zertifizierter SAP- und Microsoft Gold-Partner, der durch ein starkes globales Partnernetzwerk unterstützt wird und von führenden Branchenexperten anerkannt ist.

Machen Sie Ihr Geschäft fit für die Zukunft und steigen Sie in den E-Commerce ein. Weitere Informationen finden Sie unter www.sana-commerce.de.



Gold Enterprise Resource Plan
Gold Application Development
Gold Cloud Platform

www.sana-commerce.de | dach@sana-commerce.com

© 2020 Sana Commerce. Alle Rechte vorbehalten.
Dieses Dokument enthält urheberrechtlich geschützte Inhalte. Kein Teil dieses Dokuments darf ohne die schriftliche Genehmigung von Sana Commerce in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln (elektronisch oder mechanisch, einschließlich Fotokopien und Aufzeichnungen) für irgendeinen Zweck reproduziert oder übertragen werden

