

Las compras B2B están cambiando -también debe hacerlo la venta B2B

Si no estás seguro si tu tienda online B2B sirve para que tus clientes compren lo que quieren, cuando quieren, ten en cuenta estas cifras:



¿Quiere más información de los compradores B2B? Descarga el reporte completo aquí.

Comprar en línea es más habitual que nunca. Los compradores B2B gastan 2/3 más en Internet que antes de la pandemia. El comercio electrónico ha experimentado el mayor crecimiento comparado con otros métodos de compra, superando las llamadas telefónicas y el email como la forma más utilizada para adquirir productos.

Los volúmenes hablan por sí solos, las empresas B2B realizan 428 compras imprescindibles para el negocio cada día, lo que se traduce en 4,9 millones de dólares de gasto promedio por empresa al año.

Hace un par de años, los compradores acudían a Internet para adquirir productos de alto valor, ahora se abastecen de todo a través de Internet, desde productos complejos y técnicos hasta productos básicos de poco valor.

Si las compras B2B está sufriendo un cambio, entonces también deben cambiar las ventas B2B. Para los negocios B2B eso significa tener que adaptar su forma de llegar al mercado y poner más énfasis en su tienda en línea B2B.

Hablamos con más de 1200* compradores B2B sobre cómo es su experiencia de comprar en línea hoy en día.

Los resultados han sido sorprendentes e informativos.

Sigue leyendo para profundizar en el tema.

Total de encuestados en cada región:

EE. UU.	414
Alemania	215
Reino Unido e Irlanda	200
España	151
Países Bajos	151
México	101
Bélgica	50

El comercio electrónico B2B tiene que seguir el ritmo de la nueva normalidad

01

Dos tercios de las empresas están gastando más en línea ahora que antes de la pandemia.

66%



02

Los que gastan más han aumentado el gasto en promedio más de la mitad.

45%



03

Los pedidos a través del comercio electrónico han experimentado el mayor aumento desde el estallido de la pandemia.

58%



04

La mitad de los compradores B2B utilizan plataformas de comercio electrónico para realizar pedidos con frecuencia.

50%



A pesar de que la pandemia ha acelerado sin duda a realizar las compras a través de Internet, la transición ya estaba muy avanzada. La mayoría de las empresas B2B ya estaban en su proceso de transformación digital y lo único que hizo el Covid fue actuar de elemento catalizador para avanzar en ese proceso a un ritmo más acelerado. Pero este no es el único factor que ha alterado el ritmo de cambio del proceso de compra. Aunque las trayectorias de transformación digital han permitido a las organizaciones B2B aumentar la eficiencia, es la aceleración digital la que pone la nueva tecnología en manos del comprador B2B, cada vez más joven y diverso.

Si esta es la nueva normalidad en la que operan las empresas B2B, ¿cómo pueden entonces influir en el comprador y su satisfacción en línea?



Obtenga más información sobre lo que quieren los compradores B2B. Descarga el reporte completo aquí.

Es el momento de dar prioridad a las tiendas online B2B

Nuestra investigación ha demostrado que los negocios B2B están fallando a los compradores. El 94% de los compradores B2B afirmó tener problemas con la experiencia de compra en línea, ya sea en la entrega y seguimiento, la visibilidad de las características de los productos, las condiciones de pago o la facilidad para tramitar la compra.

¿Significa eso que los sitios de comercio electrónico B2B no están equipados para ofrecer experiencias necesarias y fiables a los clientes? En absoluto. Es el momento de dar prioridad al comercio electrónico.

Antes de la pandemia, el comercio electrónico no era un centro de atención para las empresas. La mayoría se concentraban en sus procesos de transformación digital y en la mejora de los procesos en la parte administrativa. Cuando los compradores cambiaron su atención a las ventas en línea al llegar la pandemia, los proveedores carecían de la adaptabilidad necesaria para respaldar este cambio.

Sin embargo, cuando se hace bien, el comercio electrónico genera beneficios.



¿Quieres conocer más? Descarga el reporte completo aquí.



Prioriza las relaciones, no solo las transacciones.
E-commerce for SAP and Microsoft Dynamics.

www.sana-commerce.com

B2B Buyer Report - The power of buying relationships in the evolving B2B online world Version ENG 1.0 10/2021

© 2021 Sana Commerce. All rights reserved. This document contains proprietary information protected by copyright. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording for any purpose without the written permission of Sana Commerce.

