

die Kundenerfahrung zu verbessern, spielt nach Meinung von 66% der befragten Unternehmen aus D-A-CH (global 73%) eCommerce eine wichtige Rolle bei der Digitalen Transformation. Laut Studie von Sana Commerce sind 40% der Befragten aus D-A-CH der Ansicht (global 44%), dass eCommerce im Mittelpunkt der Digitalen Transformation steht, zumal es ausschlaggebend für die Kundenerfahrung ist.

Daten im Mittelpunkt

Bei der weiteren Begründung, warum eCommerce eine große Rolle bei der Digitalen Transformation spielt, zeigt sich im internationalen Vergleich in einem Punkt ein deutlicher Unterschied: Für 21% der D-A-CH-Unternehmen stehen die Daten, die eCommerce zu den Interessen und Anforderungen der Kunden liefert, im Mittelpunkt, um gezielt relevante Geschäftsberei-

che zu verbessern; global liegt dieser Wert nur bei 8%.

Nur knapp die Hälfte der D-A-CH-Unternehmen (48%) verfügt über eine digitale Transformationsstrategie, und 34% wollen diese so schnell wie möglich durchführen. Ganze 17% der Befragten aus D-A-CH wussten nicht, ob es eine solche Strategie gibt oder nicht (global 10%). Weltweit geben hingegen 63% an, eine Strategie für die Digitale Transformation zu haben, doch nur 28% setzen hier auf eine schnelle Umsetzung.

Insgesamt haben nur vier Prozent das Projekt bisher tatsächlich abgeschlossen (D-A-CH 2%) – was wiederum die Lücke zwischen dem, was IT liefern will, und dem, was sie tatsächlich ausführen kann, unterstreicht.

Veraltete Technologie

Laut der Studie von Sana Commerce gibt es eine Reihe von Herausforderungen, die den Erfolg von digitalen Transformationsprojekten beeinträchtigen können. Wenig überraschend war mit 41% veraltete Technologie die größte Herausforderung der weltweit Befragten – in D-A-CH liegt dieser Wert mit 33% deutlich darunter. Ebenso glauben 33% der D-A-CH-Unternehmen (global 39%), dass der interne

Widerstand in den Organisationen gegenüber Veränderungen den Erfolg behindert.

„Wenn es um digitale Transformationsprojekte für B2B-Organisationen geht, gilt das Motto ‚Handeln statt untergehen‘“, kommentiert Michiel Schipperus, CEO von Sana Commerce. „Wir wissen, dass Unternehmen

”

Wenn es um digitale Transformationsprojekte für B2B-Organisationen geht, gilt schlichtweg das Motto ‚Lieber handeln statt untergehen‘.

Michiel Schipperus
CEO Sana Commerce

“

den Druck von Online-Unternehmen spüren, die sich immer stärker als neue Konkurrenten in den Märkten positionieren.“ Die Studie zeigt: Weltweit glauben 72% der Befragten, dass B2B-Unternehmen in Zukunft 100% ihrer Produkte online verkaufen werden.

Gründe für die Optimierung der IT-Infrastruktur

Digitale Transformation	Gesamt	D-A-CH	USA	UK	Benelux
Kundenanforderungen	56%	56%	61%	62%	46%
Wettbewerbsdruck durch bestehende Unternehmen	38%	42%	40%	33%	38%
Steigende Personalkosten	38%	36%	41%	29%	49%
Wettbewerbsdruck durch neue Marktteilnehmer, die online verkaufen	35%	32%	40%	32%	31%
Wettbewerbsdruck durch günstigere (internationale) Zulieferer	34%	28%	35%	25%	46%
Neue Technologien, die die bestehende Arbeitsweisen und Prozesse beeinflussen	32%	28%	34%	40%	21%
Fachkräftemangel	25%	25%	28%	22%	21%
Kürzere Produkteinführungszeiten	15%	20%	12%	8%	13%

Quelle: Sana Commerce-Studie: Digitale Transformation und B2B-eCommerce 2017