



**E-COMMERCE-LEITFADEN  
FÜR EINZELHÄNDLER**

Mit Kauf auf  
Rechnung mehr  
B2B-Kunden  
gewinnen

**trevi  
pay**<sup>TM</sup>

# So überzeugen Einzelhändler B2B-Einkäufer

Wussten Sie, dass der B2B-E-Commerce-Markt 2028 voraussichtlich dreimal so groß sein wird wie der B2C-E-Commerce-Markt?<sup>1</sup> Viele Einzelhändler überdenken und optimieren aktuell ihre Technologiestrategie, um von diesem Wachstum zu profitieren.

Jetzt ist die Zeit, in neue Technologien zu investieren. Gerade jene Einzelhändler, die in der Pandemie überstürzte Entscheidungen getroffen hatten, müssen jetzt handeln. Branchenexperten, wie die Analysten von Forrester<sup>2</sup>, sind sich einig, dass die richtige Software Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile sichert.

Was bedeutet das konkret? Einzelhändlern, die ihre B2B-Umsätze steigern wollen, bringt oft schon eine Technologieintegration mehr Wachstum: eine effiziente B2B-Zahlungsplattform. Erfahren Sie mehr darüber.

<sup>1</sup> VTEX: 9 key differences between B2C and B2B ecommerce." – 31. März 2022

<sup>2</sup> Forrester. Annual Planning 2024: Now Is The Time For Tech Leaders To Reinvent Their Role In The Growth Agenda – 8. August 2023.

## Prognose: Größe des E-Commerce-Markts 2028



# Was bei B2B-Zahlungen entscheidend ist

B2C-Zahlungsoptionen wie mobile Zahlungen und digitale Wallets haben sich rasant entwickelt. Wir sind im Alltag bereits an komfortable, digitale und mobile Zahlungen gewöhnt. Doch auch B2B-Zahlungen erleben eine digitale Transformation. Schließlich kennt der moderne B2B-Einkäufer bequeme Consumer-Zahlmethoden. Logisch, dass er auch komfortable B2B-Zahlungslösungen erwartet.

Eine Forrester-Studie<sup>3</sup> ergab: Mehr als 90 % der Befragten (Entscheider im Bereich Debitoren- und Zahlungsstrategie) finden, dass verbesserte Zahlungsoptionen für B2B-Einkäufer die Kundenzufriedenheit steigern.

Loyalität beginnt bei der Zahlung – das zeigt unsere Erfahrung.

Bei B2B-Kunden hinterlässt der Zahlungsprozess als erste Erfahrung mit Ihrer Marke einen bleibenden Eindruck.

## Loyalty Begins at the Payment™



# B2B-Kunden sind anspruchsvoller

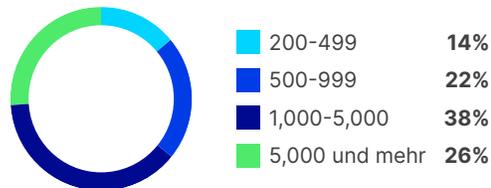
Gewerbliche Einkäufer müssen die Einkaufsrichtlinien ihres Unternehmens befolgen. Diese legen genau fest, welche Zahlungsarten, Zahlungsbedingungen und Transaktionsdetails erwartet werden. Dazu gehören auch Bestellnummern und SKUs

TreviPay und Murphy Research haben zwischen dem 17. Mai und dem 2. Juni 2023 eine Online-Umfrage durchgeführt, um Einzelhändlern bei der Optimierung ihrer B2B-Zahlungserfahrungen zu helfen. Dafür wurden 300 B2B-Einkäufer weltweit befragt.

Hier sind einige der wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick.

## Befragte: B2B-Einkäufer

### Anzahl der Mitarbeiter



### Jährlicher Umsatz

402.7 Millionen USD

### Online- vs. Offline-Einkäufe



### Region, für die eingekauft wird

Lokal	75%
National	61%
Multinational	30%

# Erfolgsfaktor B2B-Zahlungsstrategie

Viele Einzelhändler haben während der Pandemie relativ hastig digitale Lösungen eingeführt. Die Folge: Sie arbeiten nun mit einer fragmentierten Technologi Landschaft. Einzelhändler brauchen eine ausgereifte B2B-Zahlungsstrategie, um B2B-Einkäufer zu überzeugen und angemessen zu bedienen

Zahlungen sind ein entscheidender Aspekt des digitalen Erlebnisses, den Kunden besonders bei negativen Erlebnissen in Erinnerung behalten. B2B-Einkäufer erwarten einen schnellen und einfachen Prozess. Forrester bezeichnet Zahlungen deshalb zu Recht als "unsichtbar, aber wertvoll".

Ein optimales B2B-Zahlungserlebnis befriedigt die drei größten Bedürfnisse der Käufer. Die Basis hierfür bilden **zügiges Onboarding, effiziente Prozesse und korrekte Rechnungen**.



## Die drei größten Herausforderungen für B2B-Käufer bei Zahlungen



Ineffiziente  
Prozesse



Fehlerhafte  
Rechnungen



Langsames  
Onboarding

# Kreditkartenakzeptanz ist keine B2B-Zahlungsstrategie

Kreditkarten sind beliebt – 95 % der Einkäufer weltweit nutzen sie jeden Monat. Doch selbst Firmenkarten stoßen bei größeren Käufen an ihre Grenzen. Transaktionslimits, hohe Gebühren und zusätzliche Belastungen für Kreditoren- und Einkaufsabteilungen erschweren Prozesse und steigern Kosten.

Kreditkarten zu akzeptieren ist gut und wichtig, keine Frage. Es bedarf jedoch mehr. Für größere B2B-Bestellungen sind komfortable Rechnungs- und Zahlungsoptionen unerlässlich, etwa der Kauf auf Rechnung.



## Warum Kartenzahlung zu wenig ist: 5 Gründe

- 1 Transaktionslimits
- 2 Hohe Bearbeitungsgebühren
- 3 Belastung der Debitorenbuchhaltung
- 4 Belastung der Einkaufsabteilung
- 5 Zuschläge und Gebühren

# Kauf auf Rechnung schafft Umsatzpotenzial

Der Rechnungskauf ist eine der wichtigsten Zahlungsmethoden im B2B-Bereich, gerade bei größeren Anschaffungen. **Viele Einkäufer (85 %) möchten so bezahlen. 45 % geben an, wohl mehr zu kaufen, wenn ihr bevorzugter Zahlungsweg angeboten wird.**

Die Akzeptanz von Kreditkarten ist ein Muss. Doch der Rechnungskauf erleichtert größere Bestellungen und stärkt die Kundenbindung. Dies ist ein wesentlicher Umsatztreiber. Geschäftskunden bevorzugen langfristig Anbieter, die flexible Zahlungsoptionen bieten. Dies schafft Loyalität. Es ist daher von Vorteil, auch Kauf auf Rechnung anzubieten.

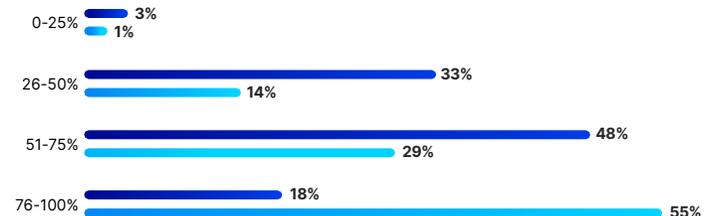
## Kauf auf Rechnung ist die Nummer Eins



## Käufer wählen Verkäufer mit flexibler Zahlung

● Käufer erwägen den Anbieterwechsel    ● Käufer erwägen keinen Anbieterwechsel

% der Lieferanten, die die bevorzugte Zahlungsmethode anbieten



# Kauf auf Rechnung, aber zu flexiblen Bedingungen

Profi-Einkäufer, vor allem jene mit größeren Bestellungen, erwarten Flexibilität bei den Zahlungszielen. In der Regel möchten sie 30-, 60- oder 90-Tage-Ziele.

**81 % der Einkaufsprofis halten flexible Zahlungsziele für sehr wichtig. Gut zu wissen: 51 % würden zu einem Händler wechseln, der dies ermöglicht.**



## B2B-Einkäufer wünschen sich flexible Zahlungsziele. Im Detail:

Flexible Zahlungsbedingungen sind ...



## Hohe Wechselbereitschaft



Wahrscheinlichkeit eines Anbieterwechsels wegen flexibler Rechnungsbedingungen:

- extrem wahrscheinlich 16%
- sehr wahrscheinlich 35%
- eher wahrscheinlich 38%
- nicht sehr wahrscheinlich 8%
- überhaupt nicht wahrscheinlich 3%

# Einfachere Zahlungen durch Automatisierung – unverzichtbar

B2B-Zahlungen sind komplex. Dies stellt für Händler eine Herausforderung und oftmals Belastung dar, denn Einkäufer erwarten zu Recht Komfort und Automatisierung statt manueller Prozesse. Digitale Effizienz ist unabdingbar.

Es ist Fakt, dass fehleranfällige manuelle Zahlungsprozesse Einzelhändler mit ehrgeizigen B2B-Verkaufszielen ausbremsen, sei es durch zähes Onboarding oder händische Rechnungsstellung. Auf Dauer bleiben B2B-Käufer von Händlern mit manuellen Prozessen unzufrieden: Für Skalierbarkeit ist mehr erforderlich.

**8 von 10 B2B-Käufern müssen Einkäufe in ihre internen ERP-Systeme integrieren.**

**Manuelle Prozesse erschweren das erheblich.**  
Die Folge: Sie verlieren als Händler Bestellungen.



Die Bedürfnisse der Käufer sind in der Regel sehr komplex. Es gibt Einkaufskontrollen, Abrechnungsmodalitäten, die Integration ins Buchhaltungssystem, Preisverhandlungen, Rabatte – da kommt einiges zusammen. Der Schlüssel ist Vereinfachung.“

— *Martha Salinas, CCO, TreviPay*

## ERP-Integration ist

**80%**  
extrem wichtig

**46%**  
sehr wichtig

# Wie Händler von wirklich modernen B2B-Zahlungen profitieren

Jüngere Generationen halten Einzug in die Positionen der Einkäufer – 64 % sind jetzt Millennials und Gen Z<sup>4</sup>. Mit dieser Verjüngung gilt es schrittzuhalten. In eine intelligente und flexible B2B-Zahlungs- und Rechnungsstellungsplattform zu investieren, ist eine zentrale Voraussetzung dafür.

4 Forrester. Generational Shifts Are Disrupting Traditional Business Buying Behaviors And Necessitate Reevaluating Go-To-Market Strategies. 15. Februar, 2023.

“ Wir erleben eine ‘New Buyer Generation’. Diese Einkäufer sind B2C-Innovationen gewohnt. Das ist ein jüngerer Kundenstamm. Ein versierter Kundenstamm.”

— Allen Bonde, CMO, TreviPay

- **Effizienter werden**

Manuelle Rechnungsstellung und Verbuchung gehören der Vergangenheit an – verabschieden Sie sich von zeitraubenden, fehleranfälligen Prozessen, damit Ihr Team sich auf wirklich Wichtiges konzentrieren kann.

- **Verbessern Sie Ihren Cashflow**

Stellen Sie sich vor, Zahlungsziele und Abrechnung sind für Sie von nun an stressfrei. Und: Sie erhalten Ihr Geld garantiert innerhalb des vereinbarten Zeitraums. TreviPay übernimmt das Risiko gegen eine geringe, transparente Gebühr.

- **Entscheiden Sie datenbasiert**

Zahlungsströme enthalten wertvolle Daten. Nutzen Sie diese – zum Beispiel, um die Kaufrends des Käufers zu erkennen und proaktiv Handelskreditlinien zu erweitern.

- **Machen Sie aus Käufern loyale Stammkunden**

Echte Kundenbindung beginnt mit der ersten reibungslosen B2B-Zahlungserfahrung – unabhängig davon, ob diese per Kreditkarte oder auf Rechnung erfolgt.

# Messbare Ergebnisse mit korrekten B2B-Zahlungen



- 1 **Steigerung der E-Commerce Conversions**
- 2 **Erhöhung der durchschnittlichen Bestellmenge**
- 3 **Höhere Bestellfrequenz**
- 4 **Mehr Markenbindung**  
mit einem loyalen Kundennetzwerk
- 5 **Echte Loyalität entsteht,**  
da Ihre Kunden auf die Option des Rechnungsaufs vertrauen können
- 6 **Mehr Customer Lifetime Value**

# Drei Qualitätsfaktoren machen B2B-Zahlungen perfekt.

B2B-Einkäufer erwarten Auswahl, Bequemlichkeit und Flexibilität.

## Choice + Convenience + Customization

**Choice** - Auswahl bei den Zahlungsmitteln ist wichtig. Kauf auf Rechnung und Kreditkarten sind die beliebtesten.

**B2B-Händler bieten durchschnittlich**

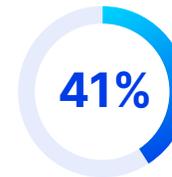
**4.7 Zahlungsmethoden an.**

**Convenience** - Bequemlichkeit. Dies umfasst ein reibungsloses, kanalübergreifendes Onboarding und Bezahlen sowie die nahtlose Integration in ERP-Systeme.



der B2B-Händler akzeptieren Überweisungen, digitale Geldbörsen, traditionelle Kreditkarten und Echtzeit-Zahlungen.

**Customization** - Flexibilität. Einkäufer erwarten von Händlern maßgeschneiderte Zahlungsoptionen.



der B2B-Einkäufer wollen ein für sie personalisiertes Einkaufserlebnis sowie definierbare Einkaufslimits für ihre Teams.

# Konkret: So funktionieren B2B- Zahlungen mit TreviPay

Unsere B2B-Plattform bietet alles, was Sie benötigen, um Profi-Einkäufer zu überzeugen: reibungslose Transaktionen, Omnichannel-Zahlungen, Kauf auf Rechnung und weitere Zahlungswege.

Seit mehr als 40 Jahren vertrauen Unternehmen weltweit unseren Rechnungs- und Zahlungslösungen. Wir sind stolz darauf, dass unsere Kunden mit unserer Hilfe ihre Wachstumsziele erreichen oder sogar übertreffen.

## Was B2B-Käufer von Händlern erwarten:

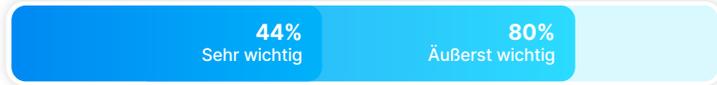
### Reibungslose Transaktionen



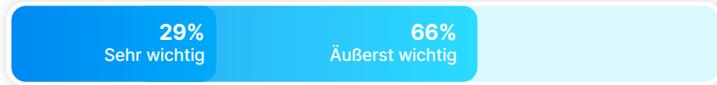
### Ähnliche Zahlungsmethode für alle Kaufkanäle



### Bevorzugte Zahlungsmethode nutzbar



### Vielzahl von Zahlungsoptionen verfügbar



# Umsatzplus mit TreviPay:

Wir haben schon vielen Einzelhändlern geholfen, mehr B2B-Umsatz zu machen – darunter sind weltweit bekannte Marken. Nur zwei Beispiele (mehr auf [TreviPay.com/de](https://TreviPay.com/de)):



## Staples Canada wächst mit Kauf auf Rechnung

Staples Canada (ursprünglich ein B2C-Unternehmen) ist heute als Verkäufer von Büroartikeln bekannt. Um Geschäftskunden den Rechnungskauf anzubieten, nutzt Staples nun TreviPay. Seit dem Start hat sich die Zahl der Kauf-auf-Rechnungs-Kunden fast verdoppelt. Das Umsatzvolumen ist um 112 % gestiegen.

**2X** so viele Mitglieder

des kommerziellen Kreditprogramms von Staples 112 % Umsatzwachstum

**112%** Volume Growth



## Lenovo verdoppelt den durchschnittlichen Bestellwert

Lenovo, ein weltweit führender Elektronikanbieter, wollte sein bestehendes B2B-Verkaufsprogramm ausbauen, Lenovo Pro. Das Unternehmen entschied sich für TreviPay und unsere flexible Rechnungskauflösung, die Zahlungen in 20 Währungen unterstützt. Nach dem Start steigerte Lenovo den durchschnittlichen B2B-Bestellwert um 114 %.

**114%** Steigerung des Bestellwerts

# Möchten Sie direkt starten?

Unsere Rundum-Lösung lässt sich schnell einführen. Anstatt erst in Monaten sind Sie in nur wenigen Wochen startklar. Der Grund: TreviPay steht für schnelle, sichere und einfache Implementierung durch Ihre IT.

Eine Vielfalt moderner APIs und Webhooks erleichtert die Integration selbst in die komplexesten eCommerce- und ERP-Systeme Ihrer Kunden.

TreviPay unterstützt außerdem eine stetig wachsende Zahl etablierter E-Commerce- und Marktplatz-Integrationen. Dazu gehören Mirakl, Spryker und Adobe Commerce (Magento) für Einzelhändler.



## **Effiziente Prozesse**

für eine digitale Transformation mit messbaren Ergebnissen



## **Rasches Onboarding**

durch den digitalen Antrags- und Genehmigungs-Workflow für Handelskredite



## **Zahlungsmöglichkeiten:**

Rechnungskauf, Kreditkarten, Lastschrift und weitere lokal relevante Methoden in 20 Währungen



## **Gewähren Sie Ihren Kunden**

passgenau den angemessenen Handelskredit



## **Präzise Rechnungen**

Intelligente Automatisierung. So werden manuelle Fehler eliminiert

Entdecken Sie jetzt, wie TreviPay Ihre B2B-Zahlungsprozesse verbessern kann und [vereinbaren Sie ein Gespräch](#) mit unseren B2B-Zahlungsexperten.

# Über TreviPay

TreviPay ist überzeugt, dass Loyalität bei der Zahlung beginnt. Das globale B2B-Zahlungs- und Rechningsnetzwerk von TreviPay ermöglicht es Unternehmen, ihre Zahlungsmöglichkeiten zu erweitern, neue Märkte zu erschließen und die Debitorenbuchhaltung zu automatisieren. Mit mehr als 40 Jahren Erfahrung unterstützt TreviPay dabei, Loyalität aufzubauen, die Effizienz zu steigern und neue digitale Kanäle zu erschließen, insbesondere in Branchen mit großen Vertriebsnetzen wie Fertigung, Einzelhandel und Transportwesen.

Weitere Informationen finden Sie unter [TreviPay.com/de](https://TreviPay.com/de).

