

# 快速高效啟動和拓展 B2B電子商務的方法

電子商務的快速發展幾乎顛覆了各行各業的既定做法，對於想要適應新範疇的公司來說，這意味著一筆不菲的支出。

儘管電子商務的大部分注意力都集中在消費者領域（全球銷售額預計在今後幾年翻一番，超過4萬億美元），但企業買家也越來越習慣在網上進行商業採購。

因此，我們鼓勵企業賣家考慮建立或擴展電子商務網站。但由於部分企業賣家資金不足或缺少相應的專業知識，無法創建或購買這樣的網站，還有部分賣家認為使用這種商業模式會使企業負擔過重。

實際上，啟動電子商務並不需要大量資金，也不需要數月甚至數年的時間投入。

在本白皮書中，我們將探討企業賣家如何在不引起企業運營困難或資金緊張的情況下能夠快速啟動或擴張線上銷售。

## 與客戶共同發展

多份最新研究報告都強調了電子商務對於B2B企業的重要性。最近，《工業產品銷售》在對2017年B2B企業運營調查顯示，63%的調查物件表示他們優先選擇電子商務，與2016年出版的調查相比，提高了3個百分點。同時，2017年有91%的調查對象表示他們會線上購物。

研究公司TNS在2016年為UPS進行的一項研究發現，如果不能提供豐富的線上體驗，B2B企業可能會流失客戶，讓競爭對手漁翁得利。接受調查的工業產品企業買家中，有近四分之三表示，由於線上購物的體驗更好，他們願意更換供應商。而決定更換供應商後，三分之一的企業買家表示他們願意接觸現有供應商群體以外的供應商。研究補充說明，電子商務能為企業買家提供更高的效率，更好的客戶服務以及降低採購成本，最重要的是，電子商務還改善了供應商整體的運營指標。企業管理人員可以瞭解潛在買家何時流覽了產品卻未購買，交易終止等問題。

埃森哲在2015年後期開展的一項分析發現，2013年企業買家通過線上採購的占比為57%，而在2014年則躍升至68%。近一半的企業買家將在2015年增加線上採購。研究還發現，儘管絕大多數企業賣家提供線上採購管道，但是他們的大多數業務還是來自於非網路管道。

埃森哲分析師表示，為推動線上銷售量增長，這些公司願意投入時間，但卻不願意投入資金。研究提示，猶豫是不明智的，因為成熟的B2B電子商務網站能夠直接提高企業的銷售額。預期在今後幾年，B2B電子商務的前景將與B2C電子商務一樣樂觀。

弗雷斯特研究公司預計，目前B2B電子商務行業規模為8290億美元，在今後五年中，行業規模將擴增至1.2萬億美元，而弗若斯特沙利文公司則表示，這個規模應該將達到12萬億美元。

## B2B電子商務 行業增長預期



\*弗雷斯特研究公司  
\*\*弗若斯特沙利文公司

## 行動起來

很多企業都能看到電子商務的發展趨勢，想要他們提升電子商務表現，但是重新開始建立一個電子商務網站卻讓他們望而生畏。

這些擔心電子商務耗時又耗資的企業賣家應當明白，他們並不需要從零開始建立一個完整的電子商務網站。現有的網站就足以讓入門級的企業賣家快速啟動線上銷售。其他公司則可以利用電子商務管道以補充他們最初的線上商務。

有些公司希望最終能夠在網站中擁有完整的電子商務網站，對這些公司來說，現成的電商網站能讓企業賣家快捷地實現這種過渡。

Amazon Business 銷售總監 Rob Green 表示，Amazon Business 的服務“門檻低”，企業賣家不需要有“擴建”的能力。“啟動電子商務非常容易，最重要的是這個行業已經為數十萬家的企業提供服務。”Green 表示，亞馬遜的B2B業務板塊在今年早期吸引了45,000多個賣家。

電子商務能說明企業賣家解決滯銷或庫存積壓的問題。

Green 表示“不良”的庫存能夠吸引“對大量的商品尋求合適的價格”的客戶。

“不論是首次涉獵電子商務，還是將電子商務作為補充管道，企業賣家都可以充分利用電子商務網站，找到他們從未考慮接觸的新客戶。”Green 說。

## 值得注意的事情

Green 也為使用 Amazon Business 等網站補充現有 B2B 業務的企業賣家提供了一些建議。他說，亞馬遜的經營理念是注重通過有競爭力的價格、廣泛的選品和快速便捷的運輸交貨建立長期的客戶信任。

Amazon Business 的企業賣家應當體現這些以客戶為中心的價值觀，發佈完整的產品目錄，優化交貨選項，並提供有吸引力的價格。

Green 還表示，感興趣的銷售主管們會在該網站上親自採購，以期此業務管道中能滿足自己的購物體驗。

現有的電子商務網站可以顯著縮短啟動線上供應產品所需的時間，但是 Green 提醒廣大企業賣家，從產品供應的可靠性、品質到深度與系統和軟體整合，還存在許多可變因素。但是，亞馬遜可以幫助企業賣家加快這個速度。

“我們擁有深入的自助服務和按需服務的資源庫，而且還有專業的團隊，能直接幫助企業賣家完成更複雜的整合。”Green 說。

以 Amazon Business 為主要的資源例子，企業賣家可以考慮把電子商務當做一種行銷手段，開始線上銷售或者增強其現有的線上管道，重點是選擇這樣的管道並沒有入門檻的限制。



## 關於本報告

本報告中的資訊由《工業產品銷售》與 Amazon Business 共同研究製作。統計資料由 Advantage Business Media 在 2017 年 5 月研究和編制。

## 關於 Amazon Business

Amazon Business 是亞馬遜上的一站式商業採購網站。不論是新手賣家還是老賣家都可以利用 Amazon Business 接觸企業客戶。Amazon Business 為企業賣家提供了全套工具來推動 B2B 電子商務的發展。無論你是小公司還是大型企業，都可以在這裡找到新的方法在供應鏈關係中與專業客戶互動。