

# B2B電子商務中 透明度的重要性

客戶越來越喜歡網上採購，因此，企業賣家也越來越接受電子商務作為買賣雙方交易的管道。

對於剛涉足電子商務的B2B企業來說，他們很有必要確定並落實最佳的實施方案。在商業採購中，產品價格雖然始終被擺在第一位，但產品品質、訂單履行和客戶服務等其它因素對企業買家來說也是至關重要。其中，常被忽視的是透明度問題。

很多企業賣家並不願意做出價格完全透明的承諾，有的企業賣家甚至沒有把透明度當成一回事。然而，企業買家卻越來越希望線上上採購前就能夠獲得全面的資訊，尤其是需要統計支出和開支節省情況的企業買家更是如此。因此，企業賣家應當認可並接受客戶的這些期望。我們將在這份白皮書中審視透明度在電子商務交易中的重要性，以及透明度如何使買家和賣家雙方都獲益。

Hybris Software預計，到2020年B2B電子商務將帶來...

## 透明度的真正含義

消費者接受網上購物後，電子商務的發展就開始一飛沖天。研究表明，隨著企業買家逐漸線上上開展更多交易，B2B電子商務業務也將大幅增長。由於B2C電子商務在短時間內接受了透明度的需求，企業買家也希望把他們作為普通消費者的期望帶到商業採購中。而目前，B2B行業為這種趨勢熱身。

《工業產品銷售》2017年經銷商運營調查發現，63%的企業賣家認為他們會優先選擇電子商務，這其中，有91%的企業決策者有線上購物的習慣——這兩個數字均高於去年。

在2015年的時候，Hybris Software就預計到2020年全球B2B電子商務將創造6.7萬億美元收入，近90%的企業買家會優先選擇線上管道採購。

因此，企業賣家需要提高意識，應當協調好線上和線下門店的产品價格，明確向客戶說明他們可能需要承擔的任何附加費用。

2017年4月，MRO產品經銷巨頭固安捷宣佈，由於透明度越來越受到關注，公司也將加快落實此前宣佈的價格措施。

“產品價格和透明度之間的關係越來越密切，這成為了企業買家與企業賣家爭論的來源，但我們不需要這樣。”固安捷首席執行官D.G. Macpherson在2017年3月說。

在服務方面，Amazon Business與Visa建立合作關係，為商務信用卡採購提供交易資料。

Amazon Business銷售總監Rob Green表示，儘管亞馬遜的零售端長期強調透明度，但是“B2B的透明度很大程度上是由透明度較低的傳統管道推動發展的。”

## 透明度如何提升購買體驗

和所有的客戶一樣，B2B電子商務的企業買家也不希望在採購中不斷地繞彎路。在挑選產品時，企業買家希望在網路上就能查詢到價格。他們不希望費力去查找、填寫表格或者撥打電話諮詢。企業賣家們的任務就是需要滿足企業買家的偏好。



Amazon Business等電商網站可以為企業賣家提供幫助，把值得信賴的亞馬遜客戶體驗融合到B2B的運營中。

Green表示，“Amazon Business的企業買家可以輕鬆獲知他們想要尋找商品的價格，以此來節約更多採購時間。消費者期望這種體驗也能向商業採購轉移，而這樣的轉移使我們成為今日的Amazon Business。”Green說。

Amazon Business還有分析功能與定制範本，可以說明跟蹤企業買家的花銷，這是吸引企業採購經理的一個主要因素。Green還表示，詳細的交易資料能讓企業買家接收到更加詳細的產品資訊，讓他們更加輕鬆地對賬。他指出，目前，很多公司仍然手動輸入採購資料。

Amazon Business能與主要採購系統整合，提高開銷記錄生成速度、透明度和準確度。

“開支分析和對賬對我們的客戶來說很重要。”Green說。

## 充分利用回購的優勢

大多數企業買家的銷售涉及到很多企業買家重複購買相同的產品以補充他們庫存。透明度有助於這些客戶提高他們的支出管理水準。Green指出，即使這些交易也力求“產品合適、價格最優、發貨迅速。”

“不論是挑選新商品、回購舊產品，還是挑選具有特定資質的供應商，透明度能讓客戶對商品有全面瞭解。”Green說。

而且，想要低價採購大量產品的企業買家還要求折扣，這種需求能夠讓大宗採購節約更多資金，許多企業都會這樣做。

Green補充說明，企業賣家應當及時、主動地提供訂單履行、退款退貨和客戶支援的資訊。

Amazon Business可以幫助企業買家向潛在買家更多地宣傳他們。Green表示，賣家可以添加公司標誌和公司歷史，如添加關於SBA、退伍士兵、女性或少數民族所有權的更多資料、證書和認證，使企業買家可以瞭解個更多亞馬遜企業賣家的資訊。

## 與透明度攜手增長

企業買家越來越希望將網購的便利性帶到自己的採購系統中。他們還希望線上的價格與他們在實體店看到的或者從銷售代表處聽到的報價保持一致。使用Amazon Business網站，企業賣家可以更加輕鬆地提供明確資訊，抓住B2B電子商務發展的機遇。

## 電子商務透明度的三個主要因素：



1 產品精良、價格合適

2

及時的訂單履行、退款退貨和客戶服務資訊



3

快速可靠、可追蹤的運送