

Ecommerce B2B: ¿cómo modernizar a tu empresa y vender más rápido con este enfoque?

CIUDAD DE MÉXICO. 4 de abril de 2023.- Tal y como sucede con las ventas hacia el consumidor final, el comercio B2B en línea está en constante evolución y transformación digital, ya que los clientes de este tipo de compañías también están buscando que sus experiencias sean cada vez más positivas y fluidas en el plano digital.

Es por eso que el comercio electrónico Business to Business (B2B) se encuentra en un proceso de constante crecimiento. Datos de [BigCommerce](#) señalan que el 34% de las empresas están equiparando la prioridad de sus enfoques digitales en sus canales B2B como lo hacen en la venta a consumidor final. Además, el 35% de las empresas de este tipo admiten que invertir en una plataforma de comercio electrónico es una de sus prioridades.

Por ello, en mercados desarrollados como Estados Unidos se prevé que este año el 17% de las ventas B2B se realicen en el plano digital, de acuerdo con datos de [Forrester](#). Esto es superior al 13% que se registraba en 2019, de acuerdo con la misma consultora, y representará un valor estimado de casi USD \$1.8 mil millones de dólares.

Aun cuando es importante mencionar que aunque el comercio electrónico B2B puede adoptar algunas tendencias de sus contrapartes B2C, eso no significa que las estrategias deban ser las mismas. Por el contrario, las necesidades del comercio electrónico B2B son diferentes y particulares. A continuación, BigCommerce describe los principales aspectos que toda empresa B2B debe priorizar al transformar digitalmente su negocio en línea:

1. Mejorar la Gestión de Clientes y Proveedores

La ejecución de una plataforma de comercio electrónico brinda a los comerciantes B2B la capacidad de simplificar las complejidades y administrar todo en un solo lugar, desde los datos del cliente hasta el cumplimiento de pedidos y el control de inventario.

Con opciones para realizar procesos de ventas automatizados entre empresas, proveedores y distribuidores, una plataforma de este tipo puede ayudar a agilizar las operaciones B2B y mejorar la experiencia del cliente. Es importante asegurarse de que la plataforma elegida pueda integrarse perfectamente con las herramientas y los sistemas existentes, como ERP o POS, para evitar tener que empezar desde cero.

2. Personaliza la experiencia de tus clientes actuales

El comercio electrónico B2B es una gran oportunidad para realizar ventas cruzadas y aumentar las ventas a los compradores existentes. Y una de las mejores estrategias para mantener enganchados a tus clientes es ofrecer una experiencia personalizada.

En el mundo B2C, esto podría suceder mediante herramientas como probadores de realidad aumentada o recomendaciones personalizadas de productos en Instagram. Pero en el espacio B2B, la personalización se puede incluir en las cotizaciones, descuentos y tarifas de envío, recorridos con realidad aumentada, portales de ventas personalizados, pedidos móviles y funciones de autoservicio.

3. Expandirse a nuevos mercados

El comercio B2B no es solo una oportunidad para dirigirse a los compradores actuales, también es una oportunidad para expandirse a los mercados y llegar a nuevos compradores.

Esto se debe a que las empresas, cuando realizan compras de insumos o materiales que serán utilizados para su producción, o que simplemente revenderán posteriormente, generalmente tienen establecidos parámetros de tiempo a respetar para que su negocio fluya positivamente. Así, un proceso de compra online con un proveedor que sea lento o tarde mucho tiempo puede representar desventajas importantes.

4. La velocidad es clave

Datos de [BigCommerce](#) señalan que el 60% de los compradores B2B indican que la velocidad de carga de un sitio en línea es fundamental cuando quieren completar una compra.

Esto se debe a que las empresas, cuando realizan compras de insumos o materiales que serán utilizados para su producción, o que simplemente revenderán posteriormente, generalmente tienen establecidos parámetros de tiempo a respetar para que su negocio fluya positivamente.

En conclusión, el comercio electrónico B2B seguirá creciendo exponencialmente a medida que los compradores continúen buscando más comodidades y nuevas vías digitales para realizar sus compras. El mundo se está transformando digitalmente y el comercio electrónico juega un papel fundamental en muchos procesos, entre los cuales las compras B2B son uno de los más importantes.